**SEÑOR PRESIDENTE.-** Queda abierta la sesión.

(Es la hora 10 y 9 minutos)

La Comisión tiene el gusto de recibir a los representantes del Partido Colorado, ex Senador señor Yamandú Fau y al doctor Yavarone.

Antes de cederles el uso de la palabra -y teniendo en cuenta que los tiempos no son infinitos- la Presidencia quiere explicar cuál ha sido la dinámica con relación a este proyecto de ley, que en parte los invitados ya conocen.

Se presentó un proyecto por parte del Frente Amplio, que en realidad era una recopilación de las iniciativas aportadas por todos los partidos políticos durante estos últimos ocho años. Luego se realizó un estudio, para lo cual se contó con la visita de integrantes de todos los partidos, cientistas sociales y, a su vez, con aportes del Tribunal de Cuentas y de otros organismos. Así, se llegó a un primer consenso, y como el proyecto necesitaba iniciativa del Poder Ejecutivo, se hizo el trámite correspondiente. Posteriormente, el Poder Ejecutivo lo envió al Parlamento con algunas modificaciones y cambios en los temas económicos -esto era de esperar- que siempre son importantes. Ahora tenemos la iniciativa parlamentaria y se están realizando los contactos correspondientes. La idea es finalizar en el día de hoy con las visitas que están dando sus aportes, para terminar de considerarlo en una o dos sesiones más en Comisión, y aprobarlo rápidamente en la Cámara de Representantes.

Obviamente, este proyecto de ley no es del Partido Colorado, del Partido Nacional, ni del Frente Amplio u otros sectores, porque todos hemos dejado nuestras opiniones para llegar a un texto que tenga consenso; esa es la idea. A esos efectos, se repartió el texto enviado por el Poder Ejecutivo a todos los señores Senadores y señores Representantes y se incluyeron algunas modificaciones que nos habían planteado; modificaciones que, si bien a texto expreso se dice que fueron propuestas por el señor Presidente, en realidad nos fueron planteadas desde otros ámbitos.

La idea es que podamos aprobar este proyecto de ley entre la semana que viene y la siguiente, que después se considere y apruebe en el Senado, y que luego sea sancionado por la Cámara de Representantes antes de fin de año.

Quería hacer estas puntualizaciones, para que quienes hoy nos visitan tengan idea de cómo es el proceso y sepan por qué llegado el caso puede acelerarse en forma vertiginosa.

**SEÑOR FAU.-** Si me permiten, preferiría que hiciera uso de la palabra el doctor Yavarone, a los efectos de que se refiera a la parte de procedimiento del proyecto de ley.

**SEÑOR YAVARONE.-** Antes que nada, agradecemos a la Comisión que nos reciba.

En principio, queremos hacer un análisis general respecto a la caracterización de urgente consideración que se ha impuesto a este proyecto de ley.

**SEÑOR PRESIDENTE.-** Pero no tiene ese carácter.

(Se suspende momentáneamente la toma de la versión taquigráfica)

**SEÑOR FAU.-** Agradezco al señor Presidente y a la Comisión la gentileza de habernos recibido. Intentaré mantenerme dentro de los tiempos razonables de que dispone la Comisión para poder considerar esta iniciativa, dado que sé que hay otra delegación que desea participar.

He entendido conveniente, en lugar de realizar consideraciones de tipo general, referirme a algunos artículos en particular, que son los que preocupan al Partido Colorado y sobre los que desea dar algún punto de vista. Aclaro que me he manejado con el comparativo que la Comisión utiliza, por lo

que a partir de cierto momento los números no coinciden. De cualquier manera, he intentado mantener el orden que se había fijado en el repartido.

En relación al artículo 1º, volvemos a reiterar lo que ya hemos expresado en una oportunidad anterior, en el sentido de que nos parece que es una disposición absolutamente programática y que por la naturaleza y forma que tiene el proyecto de ley, hasta podría ser eliminada para evitar algunos problemas. Por ejemplo, este artículo reclama que los partidos sean fuertes, eficaces y transparentes, y ante esto me pregunto cómo se logran estos objetivos; por otro lado, también planteo la interrogante de qué pasa si los partidos no son fuertes, eficaces y transparentes o no pueden cumplir con estas condiciones. ¿Qué posibilidad hay de hacer cumplir la ley en ese sentido? ¿Ante quién se recurre? ¿Ante la Corte Electoral? ¿Ante el Poder Ejecutivo, que tiene al Ministerio de Educación y Cultura como policía administrativa de las personerías jurídicas?

Me parece que aquí se crea una situación que puede generar alguna confusión. El artículo no aporta más que una voluntad programática y, en todo caso, si se quisiera dar algún calificativo a los partidos, se podría reivindicar el concepto de que sean representativos. Me parece que es un concepto un poco más profundo, que se identifica con el propio sistema institucional uruguayo.

En el artículo 2º hay un error, que seguramente habría que enmendar, porque se habla de que el Estado contribuirá a solventar los gastos de los partidos políticos, en especial en las instancias electorales, pero cabe recordar que de darse una segunda vuelta, en ella no participan los partidos políticos sino que lo hacen fórmulas electorales, y si también se las quiere comprender, ello deberá ser establecido en forma expresa. Quiere decir que con la redacción actual del proyecto, los aportes de financiación estarían limitados a los actos electorales en que participen los partidos.

Con respecto al artículo 3º, podemos señalar lo siguiente. Se dice allí que los partidos son asociaciones de ciudadanos. El concepto es totalmente compartible, pero en cierta medida puede ser limitativo, porque con esto quedan sin posibilidad de constituirlos personas que tienen derecho al sufragio y que forman parte del Registro Cívico, como por ejemplo quienes están previstos en el artículo 78 de la Constitución, que han documentado su residencia y participan del acto electoral, pero que no son ciudadanos. Creo que este es un error que también podría ser subsanado.

El artículo 4º alude a la obligación de los partidos políticos a inscribirse en la Corte Electoral y comprende también a “los sectores internos que, al amparo de la carta orgánica respectiva, existan dentro de cada partido”. Acá hay que recordar lo que establece el artículo 96 de la Constitución, que reconoce los sublemas para la distribución de las bancas del Senado, sin condicionarlos a ninguna disposición de las Cartas Orgánicas. Es la propia Constitución la que establece la existencia de sublemas y ello no queda supeditado a que los órganos de un partido los reconozcan o no. Entonces, me parece que, obviamente, va a primar el principio constitucional sobre la ley de partidos.

Con respecto al artículo 5º, corresponde recordar que los partidos tienen reconocida por ley su personería jurídica. Así lo dispone la Ley Nº 9.524, de 11 de setiembre de 1935. Los sectores no tienen personería jurídica, y en el proyecto del señor Senador Michelini, precisamente, se hace referencia a los sectores, por lo que esta ley tal vez sea la vía para solucionar este problema. Pero reitero que, por ley, la personería jurídica la tienen los partidos y no los sectores.

En el artículo 6º se plantea nuevamente el tema de los extranjeros en el Uruguay que tienen derecho al sufragio. Por otro lado, quisiera señalar que cuando se habla de los “apoderados” de los partidos políticos, se trata de una expresión que creó la dictadura para diferenciarse de lo que se hacía antes; en los tiempos democráticos del país y en todas las resoluciones que la Corte toma, a quienes representan a los partidos se les llama “delegados”. Esto se establece en el numeral 5º) de este artículo: “Nombramiento de dos o más apoderados ante la Corte Electoral a los efectos de la prosecución del trámite” y reitero que es un término que incorporó la dictadura, porque siempre habíamos hablado de “delegados”.

Me voy a permitir hacer otra sugerencia a la Comisión, que tiene que ver con el artículo 7º, porque todo parece indicar que la publicidad de la solicitud de inscripción de un partido político debería ser después de la calificación positiva por parte de la Corte Electoral; en esa oportunidad cabrían los recursos. Es decir, la posibilidad de que se cuestione cuando aún la Corte no dio la posibilidad de que pueda ser un partido político, crea una situación casi insoluble para el caso de que después este

Organismo tome una decisión distinta. Por tanto, habría que establecer que la posibilidad de recurrir se podrá poner en marcha después de la calificación positiva que la Corte haga de la solicitud de partido político. Actualmente, esto se expresa en el artículo de la siguiente manera: "Cualquier ciudadano o grupo de ciudadanos inscriptos en el Registro Cívico Nacional que tuviere objeciones para hacer, deberá efectuarlas ante la Corte Electoral dentro de diez días corridos perentorios a contar desde la última publicación".

**SEÑOR PRESIDENTE.-** Entonces, habría que hacerla antes.

**SEÑOR FAU.-** Para el caso de que se recurra, se debería poder hacer luego de que la Corte Electoral se pronunció de manera positiva, y no antes.

**SEÑOR PRESIDENTE.-** O sea que se recibe la solicitud, la Corte le da el carácter positivo y ahí se empieza a recurrir.

**SEÑOR FAU.-** Eso es correcto, allí se abren los plazos y formas para poder recurrir; si esto se hace antes, se corre el riesgo de que, después, la Corte tome una decisión contraria cuando ya se había introducido un recurso.

**SEÑOR BRECCIA.-** Comprendo la objeción que hace el señor Fau; el tema sería, entonces, que la posibilidad de objeciones en ese plazo, luego de la publicación, inclusive estaría dando oportunidad de que se dilatara indefinidamente el efectivo ejercicio, por parte del partido, de la facultad que pudiera tener.

**SEÑOR FAU.-** Exacto, señor Senador.

**SEÑOR BRECCIA.-** Por lo tanto, el mecanismo sería el siguiente: primero, una especie de evaluación, por parte de la Corte, de los aspectos formales; luego de que eso habilitara al partido a estar en ejercicio de sus funciones, vendría la publicación, la oportunidad de formular observaciones y, luego, el contencioso correspondiente.

**SEÑOR FAU.-** Así es, señor Senador.

**SEÑOR PRESIDENTE.-** ¿Qué sucede cuando el tema se relaciona con el nombre, cuando otro partido o sector se siente afectado?

**SEÑOR FAU.-** Justamente, esa es la instancia que se quiere salvaguardar, es decir que, entre otras cosas, la Corte debe verificar si ya no hay un partido con el mismo nombre o si se viola alguna disposición que regule la utilización de ciertos nombres o símbolos. En definitiva, cuando la Corte Electoral dice que la solicitud para constituirse como partido puede concretarse, se abre el período para poder recurrir.

**SEÑOR PRESIDENTE.-** Pero eso no quedaría firme hasta que vencieran los plazos.

**SEÑOR FAU.-** No, hasta que vencieran los plazos establecidos para que un ciudadano pudiera recurrir.

**SEÑOR PRESIDENTE.-** En estos temas lo primero que salta a la vista es la simbología. Nadie lee los textos de los partidos políticos.

**SEÑOR FAU.-** En este artículo 7º habrá que tener cuidado y atender lo que establece el artículo 326 de la Constitución, que dice: "Las resoluciones de la Corte Electoral se adoptarán por mayoría de votos y deberán contar, para ser válidas, por lo menos con el voto afirmativo de tres de los cinco miembros a que se refiere el inciso primero del artículo 324, salvo que se adopten por dos tercios de votos del total de sus componentes". Quiere decir que el proyecto reclama determinada mayoría, pero ya la Constitución establece de qué forma resuelve la Corte Electoral. Habría que ajustar la disposición a lo que señala este artículo 326 de la Constitución, que ya determina los votos requeridos para tomar resolución.

En el artículo 8º me parece que tendríamos que ser un poco más precisos. Dice que podrán solicitar su inscripción los partidos políticos que puedan participar de la elección nacional siguiente.

Creo que esta disposición amerita una precisión en cuanto a que los que soliciten la inscripción sean aquellos que pueden participar de la elección. El artículo 8º dice: "La solicitud de inscripción de un partido político podrá hacerse en cualquier momento, pero para poder participar en la elección nacional siguiente la solicitud deberá hacerse con la antelación que determine la Corte Electoral".

**SEÑOR PRESIDENTE.-** Un partido se puede inscribir dos meses antes de la elección. Si no participa en una elección interna, no puede participar en la elección nacional. Pero para participar en una elección interna tampoco puede presentarse diez días antes. La Corte Electoral tiene un mecanismo de inscripción que es relativamente rápido, pero cuya verificación lleva un par de meses. Si la elección interna es en junio y alguien se inscribe en mayo, no puede participar en la elección porque está fuera de todos los plazos.

**SEÑOR FAU.-** Eso está claro.

**SEÑOR PRESIDENTE.-** Quizás la redacción no sea correcta, pero queremos significar que la Corte Electoral debe establecer los plazos correspondientes de antemano. De lo contrario, podrían inscribirse varios partidos unos días antes. ¿Qué ocurriría en esos casos? ¿Esos partidos podrían participar o no?

**SEÑOR FAU.-** Si esa es la interpretación, está bien. Lo que se busca es que el partido esté en condiciones de participar en la elección y para ello, obviamente, va a tener que recorrer ese camino.

En el artículo 9º hay que tener presente que, tanto la Constitución de la República, como toda la legislación electoral, designan el nombre del partido como lema. Corresponde definirlo así. Si hablamos de nombre, debemos tener en cuenta que ese término no se utiliza para designar a un partido en la Constitución ni en ninguna ley electoral. Todas se refieren a lema. Por lo tanto, hay que dejar claro que el nombre del partido es el lema. Sería bueno que cuando habláramos del nombre, en la ley nos refiriéramos al lema.

En el artículo 10 hay una situación que, a mi entender, convendría aclarar. La disposición expresa: "Únicamente el partido político podrá usar su propio nombre como lema en elecciones nacionales o departamentales. Asimismo, podrá prescindir de éste utilizando un lema distinto a su denominación, sin que ello implique renuncia alguna ni posibilidad de uso del nombre por terceros. Sin embargo, cada partido deberá registrarse con un solo nombre y solamente éste gozará de protección legal.

La utilización del nombre del partido político estará siempre sujeta a lo que decidan las autoridades partidarias."

Ciertamente, me parece que no debe olvidarse que el inciso g) de la Disposición Transitoria W de la Constitución de la República, establece lo siguiente: "Quien se presentare como candidato a cualquier cargo en las elecciones internas, sólo podrá hacerlo por un partido político y queda inhabilitado para presentarse como candidato a cualquier cargo por otro partido en las inmediatas elecciones nacionales y departamentales.

Dicha inhabilitación alcanza también a quienes se postulen como candidatos a cualquier cargo ante los órganos electores partidarios."

En consecuencia, esto debe ser ajustado, porque este artículo del proyecto de ley estaría colidiendo con la citada disposición de nuestra Carta Magna.

**SEÑOR PRESIDENTE.-** Aquí se está hablando de partidos que no se presentan a la elección. Sobre todo en el caso del Frente Amplio, hay partidos que a la hora de presentarse a la elección, lo hacen bajo el lema "Frente Amplio", van en las listas del Frente Amplio -de hecho, ya figuraron en esas listas en las elecciones pasadas- pero son integrantes del Partido Socialista, por ejemplo. Entonces -en todo

caso habría que hacer referencia al inciso recientemente citado- se podría establecer que eso será así en la medida en que cumpla con las disposiciones del inciso g) de la Disposición Transitoria W de la Constitución de la República.

**SEÑOR FAU.-** Comprendo la explicación dada por el señor Presidente pero, de cualquier manera, habría que armonizar el texto del proyecto de ley, a fin de que no contradiga lo que se establece en nuestra Carta Magna.

El artículo 13 refiere a los fondos que dispongan las fundaciones y a cuáles son los vínculos que éstas pueden tener -o no- con los partidos políticos. En este caso, me pregunto: ¿qué situación se plantea si se da la liquidación de la fundación? De acuerdo con este texto, su patrimonio no podrá pasar a los partidos políticos. Entonces, no sé cuál es la voluntad en esta materia, pero los señores Senadores deben tener presente que no está previsto el caso de liquidación de la fundación.

**SEÑOR PRESIDENTE.-** Las fundaciones tienen ya una forma jurídica propia de liquidarse. Ahora bien, de acuerdo con lo que establece este artículo, lo que no se podrá hacer, incluso en el caso de la liquidación, es pasar fondos a los partidos políticos.

Lo que se pretende es que los partidos políticos puedan promover fundaciones que sean parte de su área pensante -digámoslo así- y que puedan, a su vez, captar fondos nacionales y extranjeros, pero sin que se involucren en la realización de carteles o en pagar espacios en televisión. Una cosa es dar un instrumento que permita contar con un elemento pensante y otra, distinta, es que las fundaciones terminen captando dinero para las pegatinas, por ejemplo. Precisamente, esto último es lo que se trata de evitar.

Reitero que, según la información de que dispongo, las fundaciones tienen su propio estatuto -de otro modo, no se les daría la personería jurídica- donde figura la forma de liquidación. Ahora bien, lo que no pueden hacer esas fundaciones, en el momento de su liquidación, es pasar de alguna manera los fondos a los partidos políticos para evitar, por ejemplo, que alguien constituyera una fundación y a los dos años -justo en una instancia electoral- la liquidara, con lo que el partido recibiría una gran cantidad de dinero.

Cabe acotar que esto se basa en el modelo de las fundaciones europeas, que dependen de los partidos políticos y que dan a éstos ideas, proyectos y material pensante, pero no ayuda en la campaña electoral.

Esto es lo que estamos tratando de hacer pero, igualmente, vamos a consultar expresamente sobre este punto.

**SEÑOR FAU.-** Me parece bien, porque el proyecto de ley es tan preciso en lo que respecta a la relación fundación-partido, que podría cerrase el círculo previendo el caso de liquidación de la primera.

Con relación al artículo 14, reiteramos lo que, con cierto énfasis, manifestamos en oportunidad de la comparecencia anterior. A juicio del Partido Colorado, resulta totalmente excesiva la responsabilidad conjunta y solidaria de los integrantes del Comité de Campaña. Una vez más me remito a los argumentos que expuse en la instancia anterior, en el sentido de que parece conveniente que el funcionamiento de este Comité deba regularse; sin embargo, nos resulta excesivo hacer responsables, en esta forma tan férrea, a ciudadanos que -casi patrióticamente- asumen una tarea integrando un Comité de este tipo.

De cualquier manera, debo decir que el proyecto de ley del señor Senador Michelini ofrece una mejor redacción en este punto y, en cierta medida, contempla algo de lo que estamos planteando.

**SEÑOR PRESIDENTE.-** Ante todo, quisiera aclarar que, si bien la iniciativa a que hace referencia el señor Fau fue caratulada con mi nombre, su contenido es el resultado de todo lo que se conversó en este ámbito y de aportes que se realizaron y que fuimos atendiendo.

Con respecto al aspecto específico planteado por el señor Fau, se entendió que se debía acotar esa responsabilidad conjunta y solidaria -que muchos creemos que debe existir- sólo a lo que la ley determina y no a las cosas que pasan en los partidos políticos, que están fuera de las competencias que se indican en la norma. Esa ha sido la intención, pero siempre es posible volver a estudiar el texto.

**SEÑOR FAU.-** En el repartido que estoy utilizando, al lado de la columna que dice "Modificaciones propuestas por el señor Senador Rafael Michelini", voy a anotar, entre paréntesis, que se trata de los pensamientos recogidos durante los debates desarrollados en la Comisión.

**SEÑOR PRESIDENTE.-** Bien.

**SEÑOR FAU.-** Continuando con el análisis de las disposiciones, quisiera hacer notar algo con relación al artículo 18. No sé cuál ha sido la intención de quienes han formulado la iniciativa, pero lo cierto es que para las elecciones internas no hay Comité de Campaña responsable, y es sabido que las campañas internas no son asuntos menores. Sin embargo, reitero que no está prevista la existencia de Comités de Campaña en las elecciones internas y, por tanto, no hay responsabilidad. En todo caso, se debería revisar este punto.

Por otro lado, hay un pequeño error formal cuya corrección me permito sugerir. Al final de la disposición se habla de candidaturas, cuando en realidad debería hablarse de precandidaturas, porque el término anterior se utiliza una vez que la Convención se pronuncia.

El artículo 19 nos motiva a reiterar algo que ya dijimos en la comparecencia anterior: para nosotros, esta disposición compromete en cierta medida la libertad de los partidos políticos, libertad que está reconocida con toda amplitud en el numeral 11 del artículo 77 de la Constitución de la República. Allí se consagra la libertad de los partidos como principio básico.

**SEÑOR PRESIDENTE.-** ¿Por qué esa libertad se vería restringida en este caso?

**SEÑOR FAU.-** Porque las que se establecen son formas y soluciones que adoptarían los partidos políticos, si es que quieren hacerlo. Entonces, esa libertad -lo más amplia posible- que los partidos tienen, puede estar limitada por disposiciones legales que expresen lo que expresa justamente este artículo.

**SEÑOR PRESIDENTE.-** No con el ánimo de discutir, sino de trasmitir el pensamiento que motivó este artículo, señalo lo siguiente.

Los montos de dinero que aparecen en las disposiciones correspondientes son similares a los que se dieron en las elecciones anteriores, de manera que este 15% del que se habla constituye una cantidad adicional, teniendo en cuenta que en el caso de los montos correspondientes que se otorgan, también se piden contrapartidas. Inclusive, en este proyecto de ley se pudo decir que se da dinero a los partidos que cumplan estas reglas; el que no quiere cumplirlas, que no lo haga: se presenta a la elección y no recibe dinero del Estado. Por tanto, diríamos que sería opcional, porque el Estado da dinero pero pide una contrapartida, que consiste en que las colectividades presenten Comités de Campaña y otros elementos ya que, de lo contrario, no da el dinero o lo retiene.

Por otro lado, creemos que el Estado debe estimular la integración de las listas con integrantes de ambos sexos. No estamos afectando los dineros anteriores, sino que lo que estamos diciendo es que quien pone representantes de ambos sexos en las ternas, recibe un plus del Estado. Esto es así, por supuesto, si el Parlamento lo vota y existe voluntad por parte del Estado. No creemos que sea una limitación, pero fue puesto con esa cabeza y no se retuvieron recursos que ya se disponían para ello, sino que son recursos adicionales.

**SEÑOR FAU**.- Señalo -y me permito sugerir que se lo tenga en cuenta en oportunidad de la discusión en el Plenario- que esta iniciativa modifica leyes electorales. Al modificarlas, para su aprobación se va a requerir la mayoría que fija el numeral 7º) del artículo 77 de la Constitución.

**SEÑOR PRESIDENTE**.- ¿Por qué modifica leyes electorales?

**SEÑOR FAU**.- En realidad, se están modificando las leyes electorales porque la iniciativa establece las formas en que las listas van a tener representantes de ambos sexos.

**SEÑOR PRESIDENTE**.- Yo no obligo. No hay una obligación.

**SEÑOR FAU**.- Sugiero que se revise la documentación. No vine con ánimo de polemizar.

En relación con el artículo 22, que tiene que ver con lo que corresponde como contribución a las candidaturas a la Intendencia Municipal, nos parece que es más precisa la redacción que propone el señor Presidente, recogiendo los planteamientos que se hicieron en la Comisión. Es una redacción que, seguramente, se maduró a medida que se iba avanzando en el trabajo.

En cuanto al artículo 30, opino lo mismo que para el anterior. Está más lograda la redacción en la columna del señor Presidente. En esta disposición queda claro que el financiamiento privado a los partidos se hace a través de los sectores y estos no están comprendidos en las obligaciones de los Comités de Campaña. Aquí hay una situación que sin duda no se ha buscado; el Comité de Campaña -como está previsto- responde con el partido. Sin embargo, en lo que tiene que ver con los fondos que van a los sectores, el Comité de Campaña no aparece. Por lo tanto, allí no tiene responsabilidad.

En relación con el artículo 31, señalo simplemente algo que me llamó la atención. Esa estrictez que trasunta el proyecto de ley en controlar las donaciones, desaparece totalmente cuando las donaciones son de servicios u otro tipo de prestaciones. Es decir que si se donan servicios u otro tipo de prestaciones, no hay ninguna forma de controlar. Lo que por su naturaleza no puede ir como donación a una cuenta bancaria, no tiene ningún control. Hago esta acotación por si la voluntad fuera la de que hubiera un control férreo.

**SEÑOR PRESIDENTE.-** Solicito al señor Fau que repita esos conceptos para que quede constancia en la versión taquigráfica.

**SEÑOR FAU.-** Lo que expresé recién fue que la estrictez de controlar en materia de donaciones, desaparece cuando las donaciones son de servicios u otro tipo de prestaciones.

Por otro lado, permítanme decir que el artículo 33 es profundamente injusto porque favorece, claramente, al partido que está en el Gobierno y, además, significa una limitación para la creación de nuevos partidos. Reitero que este es el aporte más sustantivo para asegurar la perpetuación -si es que cabe la expresión- del partido que está en el Gobierno. Considero que es profundamente injusta la forma en que se distribuyen esos aportes, y me parece que ameritaría que este tema se volviera a pensar, sin que esto altere los plazos urgentes que le quieren dar a este proyecto de ley.

**SEÑOR PRESIDENTE.-** ¿Cuáles serían sus propuestas?

**SEÑOR FAU.-** No somos miembros del Senado y, por lo tanto, serán los Senadores del partido quienes hagan las propuestas; nosotros sólo planteamos el concepto. Los señores Senadores Sanguinetti, Alfie y Amaro se encargarán de presentar sus ideas o sus aportes sobre este tema.

**SEÑOR PRESIDENTE.-** Quiero hacer un comentario. De acuerdo con la tradición, los minutos se reparten según los votos que se obtuvieron en la elección anterior, porque no hay forma de medir los votos en la propia elección y tampoco las encuestas son válidas. En el proyecto de ley que envió el Poder Ejecutivo se plantea repartir una parte de los espacios publicitarios entre todos los partidos que tengan cierto volumen de votos en la elección interna. Inclusive fue cuestionado por algunos partidos el hecho de que se establezca un 2% del total de votos válidos emitidos en la elección interna, en lugar de fijarse un porcentaje menor. Asimismo, se dice que el 70% de los minutos estarán repartidos en función de la elección anterior. Si fuera el 100% sobre la elección anterior -como de alguna forma estaba previsto- notoriamente estaríamos considerando este tema en relación con una fotografía de hace cinco años atrás, pero ahora hay una corrección. Inclusive, hay un artículo -en este momento no recuerdo el número- que pone tope a la compra de minutos y que representa un porcentaje de los

votos que obtuvo el partido mayoritario, aunque los otros partidos también pueden llegar a ese volumen. Voy a dar un ejemplo. Creo que se habla de 120 para el partido mayoritario, pero el partido que sacó el 10% puede llegar hasta lo que compra aquél; o sea que a la hora de contratar, hay una restricción para el partido mayoritario. Quiere decir que se trató de poner a todos en una mayor igualdad de condiciones.

**SEÑOR FAU.-** Como buenos Senadores que son, se olvidaron de los Diputados, ya que las candidaturas a la Cámara de Representantes no están previstas en el artículo 34 en cuanto a los aportes que puedan recibir. Se lo llevan todo ustedes y como hablaron con el Poder Ejecutivo, este lo recogió. A los Senadores les viene eso: una vez que dejan de ser Diputados, se olvidan de una Cámara tan noble.

(Hilaridad)

En el artículo 35 del Mensaje del Poder Ejecutivo se disminuye el porcentaje destinado al candidato a Intendente. Esto significa un claro perjuicio para los partidos que lleven más de un candidato y para los que opten por la pluralidad en sus propuestas departamentales.

Con respecto al artículo 40 propuesto por el Poder Ejecutivo, reitero lo que dije en cuanto a que se generaría una profunda injusticia. Lo aquí dispuesto favorece claramente a los partidos que gobiernan y, en definitiva, en el juego democrático terminan dificultando la alternancia de los partidos políticos. Este es el concepto, luego vendrá el discurso.

**SEÑOR PRESIDENTE.-** Quizás haya un problema de redacción. Lo que quiere decir es que nadie puede comprar más del 120% que lo que compra el partido que sacó más.

**SEÑOR HEBER.-** Acá dice que es lo que gratuitamente se le asigna.

**SEÑOR PRESIDENTE.-** Pero al partido mayor.

**SEÑOR HEBER.-** No dice eso.

**SEÑOR FAU.-** El partido que obtuvo la mayor votación en la última elección, o sea, el que está en el gobierno.

**SEÑOR PRESIDENTE.-** Ese es el tope de compra de cualquier partido.

Podemos no poner ningún límite y el partido mayor puede comprar más. También podemos poner un límite de 120% para lo que reciba gratuitamente cada uno. Lo que dice este artículo es que su partido puede comprar hasta un máximo del 120% adicional de los minutos que recibió el partido mayor. O sea, si el partido mayor sacó el 50%, va a poder tener un límite de 120% o 110% del total. El partido que lo sigue, va a poder llegar al 110% y así, sucesivamente. Es decir, todos van a poder tenerlo. El partido que menos votos sacó, llegado el caso, puede comprar más. Si le va bien en la interna y tiene capacidad de recolección de fondos, verá afectada su billetera pero no los minutos que contrata. El que no tiene capacidad de contratación o menos capacidad, es el partido mayor. Si la redacción no está clara, la corregimos, pero ese es el concepto, que fue planteado por el señor Senador Da Rosa.

**SEÑOR FAU.-** Se puede precisar un poco más su redacción.

En cuanto al artículo 42 hay algo bastante importante y, por tanto, nos parece que los espacios para la difusión de los programas no deberían quedar librados a la reglamentación, sino que sería bueno que los estableciera la propia ley. Sé que puede ser engorroso y complicado, pero no hay que dejarlo librado a cómo se reglamente, sino que sea la ley quien establezca esos espacios.

Con respecto al artículo 43, el señor Presidente me adelantó que había acuerdo para eliminarlo. No sé si esto es así, pero de cualquier manera, el Partido Colorado tiene claramente establecido que esta disposición, pese a que es meramente programática, implica un riesgo cierto.

¿Qué es lo ecuánime? ¿Quién determina la ecuanimidad? Por tanto, nos parece que, lisa y llanamente, este artículo debe ser excluido.

En la misma línea de razonamiento, teniendo en cuenta disposiciones similares, pienso que el artículo 47 incorpora otra norma que favorece a que los partidos se perpetúen en el Gobierno. Lo que debemos tener claro es que el gasto de los partidos no está vinculado a los resultados electorales y, por tanto, el de un partido que haya obtenido el Gobierno o el del que haya salido segundo o tercero, puede ser el mismo. Me parece, entonces, que fundamentalmente hay que tener en cuenta el concepto de partido porque, reitero, hay un sinnúmero de obligaciones que estos tienen que son comunes, más allá de cómo hayan votado.

**SEÑOR GALLINAL.-** En ese caso, el señor Fau cree que lo más razonable y justo sería pagar una partida del mismo valor a todos los partidos políticos que comparecen a una elección.

A mi entender, este es un artículo fundamental dentro de la ley, incluso creo que de los más importantes, porque es el que innova, ya que hasta hoy se viene financiando la actividad de los partidos políticos en función del carácter electoral y por eso se paga de acuerdo con el resultado. Aquí todos los partidos hemos entendido que para fortalecer la democracia habría que financiar la actividad de los partidos en el transcurso de los años que van de una elección a otra, porque se les hace muy difícil -y es lo mismo que nos pasa a todos- conseguir recursos. Entonces, necesitamos un criterio en función del cual manejarnos. Nosotros habíamos pensado la posibilidad de financiar a todos por igual, pero eso fomentaría, por ejemplo, la creación de partidos políticos para comparecer a la elección porque, en definitiva, con eso alcanzaría para obtener recursos.

Traslado este planteo a los representantes del Partido Colorado para que tengan claro -seguramente ya es así- cuál es el criterio en función del cual nosotros estamos introduciendo una norma de estas características.

**SEÑOR FAU.-** Cualquier disposición de este tipo tiene riesgos, ya que la imaginación vuela y pueden ocurrir distintas cosas. Lo que digo es que los partidos tienen un conjunto de obligaciones que no están vinculadas al caudal electoral, por supuesto, en el caso de aquellos que tienen representación parlamentaria. En definitiva, sé que este tema es polémico y que no es fácil encontrar una solución.

El artículo 54 -y ya vamos aproximándonos al final- es el que establece las sanciones. Nos preguntamos si con la forma de integración y el modo reglado de tomar decisiones, la Corte Electoral podrá dar cumplimiento a estas sanciones. La Constitución establece el quórum que se necesita para las decisiones que la Corte toma y, entonces, no alcanza con los votos de un solo partido o de los delegados con origen en distintos partidos políticos. Me parece que con esa integración que tiene la Corte, va a ser muy difícil que esté en condiciones de poder aplicar sanciones. Hay legislaciones que contienen estas disposiciones, pero no tienen un sistema como el nuestro; en ese caso, las Cortes Electorales forman parte del Poder Judicial. Por tanto, a un Juez, en tanto dicta justicia, no le causa ningún tipo de problema aplicar o no una sanción. Sin embargo, la Corte Electoral, cuya integración política es producto de una decisión de la Asamblea General y de los partidos políticos -que marcan claramente su presencia en su fundamentación- ¿es el órgano en mejores condiciones para aplicar sanciones? En definitiva, ¿las aplicará?

Dejo planteadas estas interrogantes.

**SEÑOR PRESIDENTE.-** Nosotros pensamos que, en la medida en que se apruebe este proyecto de ley y se avance en la aplicación de la ley, habrá que ir haciendo los ajustes que corresponda. Ahora bien, si cuando se deben tomar decisiones, la Corte Electoral no aplica las sanciones, en la medida en que el Estado está haciendo un aporte de dinero, lo que va a ocurrir en algunos años es que no se le otorgue más esta potestad. Pienso que hay que darle esta oportunidad a la Corte Electoral para que se pronuncie y diga: “En esto no juega lo político partidario; vamos a crear la tradición de sancionar a quien se aparte de las normas”. Si dentro de tres o cuatro años la Corte Electoral no actúa en casos flagrantes, seguramente se harán las modificaciones necesarias para otorgar esa competencia a otro órgano.

Insisto en la idea de que debemos empezar por dar esa oportunidad a la Corte Electoral. También creemos que el Estado debería aportar más dinero y, de esa manera, evitar que lo hagan las

empresas; esto lo vamos a plantear para el futuro, pero cuando eso se concrete, si el Parlamento lo asume, obviamente, va a ser necesario incluir más contrapartidas.

**SEÑOR BRECCIA.-** Observo que en ese artículo 55 se habla del incumplimiento reiterado por parte de algún partido político, pero me parece que, tratándose de una norma base, tiene un texto bastante vago. Cuando se dice "incumplimiento reiterado", ¿de cuántas reiteraciones se habla? En síntesis, considero que habría que afinar este texto.

**SEÑOR FAU.-** Si me permiten los señores Senadores, voy a utilizar una expresión muy popular y fuerte: si la Corte Electoral llega a aplicar una sanción "me hago cura".

Por último, con relación al artículo 65 propuesto por el Poder Ejecutivo, mediante el cual se deroga el artículo 4º de la Ley Nº 17.045, sugeriría a los señores Senadores que lo repasaran, porque podría darse el caso de que los partidos políticos que hayan obtenido más del 3% del total de votos en las elecciones internas, pero no obtengan representación parlamentaria, se quedarían sin la posibilidad de acceder gratuitamente a los medios de comunicación cuando, en realidad, no es esa la voluntad.

Estos son los aportes que queríamos hacer en nombre del Partido Colorado a un proyecto de ley realmente importante -que el Parlamento hace bien en considerar- cuyo objetivo sustancial todos compartimos, pues es el fortalecimiento de los partidos políticos.

**SEÑOR PRESIDENTE.-** Agradecemos el aporte realizado y desde ya adelantamos que muchos de ellos van a ser incluidos.

**SEÑOR FAU.-** Muchas gracias.

(Se retira de Sala la delegación del Partido Colorado)

(Ingresan a Sala los representantes de la Coordinadora de Organizaciones de Radiodifusión, integrada por ANDEBU, RAMI, Red Oro Y CORI)

La Comisión Especial para el Funcionamiento de los Partidos Políticos da la bienvenida a Gerardo Alzugaray por la Red de Oro; a Rafael Inchausti, Presidente de ANDEBU; a Omar Sosa, consejero de ANDEBU; a Rafael Ravazzani, también por la Red de Oro; a Winston Elutchanz, Presidente de RAMI; a Adair Pérez, Secretario de RAMI; a Juan Brañas, Tesorero de RAMI, y al doctor Artigas González, Asesor de RAMI.

Es nuestra intención informar a los visitantes que la Comisión recibió un proyecto de ley, que se elevó al Poder Ejecutivo, el que envió un borrador que contó con iniciativa parlamentaria. En este momento estamos recibiendo a las diferentes delegaciones y nuestra intención es poder realizar las correcciones que correspondan, para luego votarlo en la Cámara de Senadores. Al mismo tiempo, los Diputados que van a recibir esta propuesta ya están trabajando en ella con la finalidad de que el trámite en dicha Cámara sea lo más ágil posible. Decimos esto para que ustedes tengan idea de que el tratamiento del tema puede acelerarse una vez que se llegue a los acuerdos correspondientes a nivel del Senado.

**SEÑOR INCHAUSTI.-** Quiero agradecer al señor Presidente y a los señores Senadores integrantes de la Comisión la gentileza de recibir a esta delegación que representa prácticamente a la totalidad de los medios de radiodifusión del país.

**SEÑOR PRESIDENTE.-** Pedimos disculpas por haber suspendido la reunión de la semana pasada, pues estuvimos estudiando otros proyectos a nivel parlamentario.

**SEÑOR INCHAUSTI.-** Sí, sabemos que la suspensión se dio por razones obvias.

Como decía, las organizaciones presentes en esta Comisión representan prácticamente a la totalidad de los medios de radiodifusión del país, tanto de Montevideo como del interior, que se ven afectados por las disposiciones que contiene este proyecto de ley. En general, los medios de

radiodifusión de todo el país integran ANDEBU y otras organizaciones. RAMI es una organización que nuclea específicamente a radiodifusoras del interior, y CORI y Red Oro son organizaciones que realizan actividad comercial en favor de muchas de esas radiodifusoras o estaciones de radio en todo el país. Muchas de las radioemisoras que integran estas organizaciones comparten su asociación o membresía entre RAMI, ANDEBU, CORI y Red Oro. Efectivamente, muchas veces ocurre que algunas radioemisoras integran las dos organizaciones gremiales: RAMI y ANDEBU; a su vez, muchas otras integran las organizaciones comerciales como CORI y Red Oro.

Los medios de radiodifusión son conscientes del servicio de interés público que prestan -lo han hecho durante más de ochenta años de existencia en nuestro país- y también de la función social que cumplen. En particular, cuando el Uruguay atraviesa períodos electorales, todos los medios dedican amplios espacios a la difusión de las noticias, novedades y propuestas de los partidos políticos, tanto en los programas periodísticos como en los informativos, y también a través de la publicidad de carácter político. Ese es un aporte que realizan los medios de radiodifusión de todo el país y también un compromiso que han asumido desde el inicio de las gestiones de las operaciones de radio y televisión en el Uruguay.

Estos medios, entonces, prestan dos tipos de servicios: uno de ellos es el de difusión de contenidos, tanto informativos como culturales o de entretenimiento, y el otro corresponde a la difusión publicitaria. Este último es el que, en la jerga común, se denomina comercialización o venta de espacios o de minutos, pero en técnica jurídica se le llama servicio de difusión publicitaria, ya que la de vender minutos es una expresión imprecisa, técnicamente no aceptada, en la medida en que nadie es dueño de los minutos. El único del que sabemos que haya tenido dominio del tiempo es el dios griego Cronos, pero no tenemos noticia de que fuera con interés comercial. Por esta razón, desde ANDEBU estamos haciendo un esfuerzo para que los servicios publicitarios que se prestan a través de los medios de radiodifusión sean reconocidos con ese título de naturaleza jurídica, que es el que le corresponde, es decir, la prestación de servicios de difusión publicitaria. Precisamente, este es el único mecanismo de financiación de la actividad de los medios de radiodifusión, es decir, el único servicio por el cual los medios pueden financiar su funcionamiento y desarrollo.

La reglamentación vigente -tanto el Decreto-Ley Nº 14.670 del año 1977 como el Decreto Nº 734 del año 1978- dispone que la prestación de los servicios de difusión publicitaria es el único medio permitido para la financiación del funcionamiento. El Decreto Nº 734, de 1978, dispone expresamente que los medios de difusión no pueden recibir ninguna clase de donación de ninguna entidad ni organización pública o privada, ni del Estado ni de Gobiernos extranjeros, salvo expresa autorización del Poder Ejecutivo. En ANDEBU no conocemos ningún medio de radiodifusión que se financie a través de donaciones; todos financian sus actividades por medio de la prestación del servicio de difusión publicitaria. Para realizar este servicio, obviamente, los medios utilizan las frecuencias radioeléctricas, que son patrimonio de la humanidad, administrado por los Estados en cada país, y está reglamentado de esa forma en función de Tratados internacionales de los que Uruguay es signatario. Estas frecuencias radioeléctricas, que son el soporte del servicio, se complementan con una infraestructura técnica, con una organización empresarial y con la contratación de personal y de servicios que se complementan y tienen como resultado la prestación efectiva del servicio de radiodifusión, tanto en la parte de difusión de contenidos, como en la de publicidad.

Las organizaciones que estamos presentes vemos que en este proyecto de ley hay una breve disposición sobre la difusión de información y, en cambio, hay dos capítulos enteros dedicados a la difusión de publicidad de los partidos políticos.

Reiteramos que, tanto en ANDEBU como en las demás organizaciones, existe un compromiso por difundir la actividad de los partidos políticos en forma permanente, especialmente en los períodos electorales, para que la población esté adecuadamente informada de todas las propuestas de cada partido político. Los medios de radiodifusión son el vehículo para informar a la ciudadanía, pero también para que ésta se exprese y vierta sus opiniones en función de las propuestas que recibe de parte de los partidos políticos. Quiere decir que hay un doble sentido en las comunicaciones, que van tanto hacia los usuarios del servicio como desde éstos hacia la comunidad.

Nos interesa resaltar la diferente naturaleza jurídica que tienen los contenidos informativos y la publicidad. De acuerdo con el diccionario de la Real Academia Española, información es “la comunicación o adquisición de conocimientos que permiten ampliar o precisar los que se poseen sobre una materia determinada”, mientras que publicidad es la “divulgación de noticias o anuncios de

carácter comercial para atraer a posibles compradores, espectadores, usuarios, etcétera". Por lo tanto, la finalidad de la actividad informativa es distinta a la de la actividad publicitaria. La actividad informativa se dedica a comunicar o adquirir conocimientos que permiten ampliar o precisar los que se poseen sobre una materia determinada, mientras que la actividad publicitaria comprende la divulgación de noticias o anuncios de carácter comercial para atraer a posibles compradores, espectadores, usuarios, etcétera.

En consecuencia, el proyecto de ley no se adecua a la finalidad informativa que debería existir sobre las propuestas o las ideas que los partidos políticos quieren hacer llegar al electorado, sino que allí se ha desarrollado mucho más ampliamente la actividad publicitaria. La actividad informativa está resumida en un solo artículo que prevé que el Estado garantizará el acceso a los partidos políticos para que trasmitan sus propuestas a la ciudadanía.

El texto dice: "El Estado garantizará que todos los partidos políticos o coaliciones electorales que presenten candidatos a Presidente y Vicepresidente de la República e Intendentes Municipales tengan acceso a los medios de comunicación, a los efectos de la divulgación de sus programas partidarios". Esta es la única disposición que contiene el proyecto de ley acerca de la información que brindarán los partidos políticos a la ciudadanía. En cambio, la actividad publicitaria está desarrollada en dos capítulos, que comprenden varios artículos relativos a los aspectos regulatorios, a la distribución y a la cantidad de espacios que serían cedidos a los partidos políticos para llevarla a cabo.

Entendemos que las disposiciones incluidas en este proyecto de ley sobre la actividad publicitaria no responden al interés general en el que se debe basar toda disposición legal, que es la de satisfacer el interés público, en este caso concreto en cuanto a que el electorado reciba información y pueda expresar las opiniones que le merezcan las diversas propuestas, sino que, en realidad, responden al interés propio de los partidos políticos para obtener un servicio gratuito a expensas de los medios de radiodifusión. Estos medios -como vimos- prestan un servicio para el cual, es cierto, utilizan un bien de la comunidad internacional administrado por los Estados -en algún sentido amplio podría considerarse que es un bien de dominio público- pero lo complementan con infraestructura técnica, con organización empresarial y con personal propio y contratado mediante contratos de servicios. En esa medida, resulta que existe una afectación -que constituye una limitación al derecho de propiedad- de esos componentes que son de propiedad de los medios de comunicación, en el sentido de disponer libremente de esa infraestructura y de esa organización empresarial. Esta ley los obliga a prestar un servicio de radiodifusión -a través de la utilización de esa infraestructura y organización- a los partidos políticos.

Tanto ANDEBU como las otras organizaciones que están representadas en esta Comisión, en el día de hoy reiteran su compromiso de contribuir a facilitar el acceso a la información de todos los habitantes del país, especialmente en los períodos electorales. Lo hacen siempre a través de sus servicios informativos, sus programas periodísticos y son especialmente conscientes de que en los períodos electorales esa tarea es muy importante. Por eso queremos reiterar la disposición de los radiodifusores privados a colaborar en la búsqueda de soluciones para generar un marco regulatorio adecuado tendiente al perfeccionamiento de las formas de comunicación entre los partidos políticos y la ciudadanía durante los procesos electorales. Esta regulación debería ser producto de un necesario consenso. En las últimas elecciones nacionales y departamentales hemos tenido experiencias fructíferas en la realización de acuerdos entre los medios de radiodifusión y los partidos políticos, para que estos últimos pudieran acceder tanto a espacios informativos como de difusión publicitaria.

En un informe que voy a dejar a disposición de los miembros de la Comisión, se integran los antecedentes de la estructura y el desarrollo que han tenido esos espacios de comunicación que fueron cedidos a los partidos políticos por parte de los medios de radiodifusión -tanto los integrantes de ANDEBU como los de RAMI- para facilitar, justamente, el acceso a la información por parte de la ciudadanía, así como su conocimiento sobre las propuestas de los partidos políticos.

En este informe se incluye un análisis de las disposiciones del proyecto de ley con las objeciones que les merecen a los radiodifusores y con un profundo estudio jurídico sobre el que se basan, precisamente, las observaciones que se hacen a las disposiciones que afectan a los medios de radiodifusión. En este sentido, entendemos que este proyecto de ley no responde al interés general -esta es la premisa básica de las observaciones realizadas- y, en función de ello, se desarrollan una serie de argumentaciones a propósito de la incompatibilidad que presentan algunas disposiciones de esta norma con respecto a determinadas disposiciones constitucionales.

En primer lugar, no responde al interés general, sino al interés particular de los partidos políticos e implica, incluso, una colisión entre el interés público y el privado, al ser los propios Legisladores, integrantes de esos partidos políticos, quienes promueven y sancionan un proyecto de ley que beneficia a esos mismos partidos.

Otro aspecto que observamos es que este proyecto de ley modifica de manera ilegítima las condiciones de asignación de las frecuencias para la prestación del servicio de radiodifusión, contrariando lo dispuesto en el artículo 3º del Decreto reglamentario Nº 774 del año 1998.

Un tercer aspecto es que vulnera el derecho a la libertad de expresión comercial y, a su vez, lo contenido en el artículo 21 de la Constitución; otro tanto ocurre con el derecho a la libertad de empresa y de industria, contenido en el artículo 36 de la misma Carta. Asimismo, implica una limitación injustificada y no compensada al derecho de propiedad contenido en el artículo 7º de la Constitución y, finalmente, vulnera el principio de igualdad ante las cargas públicas, artículos 8º y 72 de la Constitución. Por lo tanto, es susceptible de generar situaciones de responsabilidad del Estado por acto legislativo.

A continuación me voy a detener en el desarrollo de los tres puntos principales, a nuestro criterio. En primer lugar, consideramos que este proyecto de ley no responde al interés general sino al interés particular de los partidos políticos, lo que implica una colisión entre el interés público y el privado. En segundo término, queremos detenernos en el punto que mencionamos recién, en cuanto a que lo que aquí se establece implica una limitación injustificada y no compensada al derecho de la propiedad. En tercer lugar, se vulnera el principio de igualdad ante las cargas públicas y, en consecuencia, es susceptible de generar situaciones de responsabilidad del Estado por acto legislativo.

En cuanto al primer punto que observamos, es decir, que no responde al interés general, ya estuve haciendo comentarios sobre las actividades que desarrollan los medios de radiodifusión, tanto su actividad informativa de difusión de cultura y entretenimiento, como publicitaria. En ese sentido, se realizó la diferenciación entre lo que es información y publicidad según la definición del Diccionario de la Real Academia Española.

La finalidad de la publicidad -que es distinta a la de la información- es captar la atención del receptor del mensaje publicitario con el principal objetivo de procurar la empatía y generar la atracción de los individuos hacia el objeto publicitado. Esa es la definición que da la Ley Nº 17.045, que define a la publicidad electoral, diciendo: “Entiéndese por publicidad electoral aquella que se realiza a través de piezas elaboradas especializadamente, con criterios profesionales y comerciales.” Entendemos que es necesario distinguir con claridad lo que constituye difusión de información al electorado sobre los programas partidarios, de lo que es neta y pura propaganda política partidaria. Indudablemente, esta última no encuadra dentro del interés social general que se pretende hacer valer con este proyecto de ley, sino dentro del interés particular de los partidos políticos. Sobre este tema ya dimos nuestro punto de vista, por lo que voy a avanzar y pasar a considerar otros puntos que nos parecen cuestionables en este proyecto de ley.

Uno de los puntos que había señalado es que este proyecto de ley implica una limitación injustificada y no compensada al derecho de la propiedad. Ya dije anteriormente que, si bien los medios de difusión funcionan sobre la base de permisos y autorizaciones para la utilización de frecuencias radioeléctricas, también lo hacen sobre la base de instalaciones técnicas, de equipamientos, de una organización empresarial y de contratación de personal. En esa medida, consideramos que algunas normas de esta iniciativa implican la disposición de los equipos de propiedad privada, en los medios de radiodifusión, mediante los cuales se realiza la trasmisión de las frecuencias, así como el aprovechamiento de la organización empresarial, el servicio y los recursos humanos, es decir, el personal contratado por cada empresa radiodifusora. Cuando la Constitución de la República indica que la propiedad privada puede ser limitada, establece también que los afectados deberán recibir siempre del Tesoro Nacional una justa y previa compensación. El artículo 32 de la Constitución dice que nadie podrá ser privado de su derecho de propiedad, sino en los casos de necesidad o utilidad públicas establecidos por una ley, y recibiendo siempre del Tesoro Nacional una justa y previa compensación. La propiedad consiste en el derecho de gozar y disponer de un bien, sin otras limitaciones que las establecidas por las leyes dictadas en razón del interés general. Nuestro Código Civil define la propiedad en el artículo 486, como el derecho de gozar y disponer de una cosa arbitrariamente, no siendo contra la ley y contra el derecho ajeno, mientras que el artículo 487 establece que el derecho de gozar y disponer de una cosa arbitrariamente comprende el impedir a los

demás que se sirvan de ella y reivindicarla de cualquier poseedor. Es decir que la observación que hacen los medios de radiodifusión es que la disposición de espacios gratuitos de difusión para los partidos políticos, no solamente implica la disposición de las frecuencias radioeléctricas, sino también de toda una organización empresarial que, indudablemente, es de propiedad privada de cada radiodifusor. Pero los medios de radiodifusión no se oponen a que los partidos políticos puedan realizar publicidad de carácter político con orientaciones netamente comerciales, como lo indica el artículo que cité de la Ley Nº 17.045. Sí se objeta que esa disposición de espacio que prestan los medios sea utilizada o aprovechada sin ninguna compensación para los medios de radiodifusión. Como vemos, la Constitución indica que la disposición por parte del Estado de la propiedad privada de los particulares, necesariamente debe hacerse con un ajuste de previa compensación por parte del Tesoro Público. Por ello proponemos, si es voluntad de los señores Legisladores la aplicación de estas disposiciones, que se prevea dentro en el proyecto de ley alguna fórmula que compense a los medios de radiodifusión para evitar afectarlos y provocarles perjuicios. Todos sabemos que durante los períodos electorales existe une enorme carga de publicidad electoral y una gran retracción de los anunciantes comerciales. Es decir que, frente al avance de la publicidad política, encontramos también una gran retracción de la publicidad habitual -como es la publicidad de las empresas comerciales- que es la que financia el funcionamiento de los medios de radiodifusión. Las disposiciones de este proyecto de ley otorgan una gran cantidad de espacios a los partidos políticos, lo que afecta, indudablemente, la disponibilidad de esos espacios para prestar los servicios de difusión publicitaria a los anunciantes que habitualmente financian la actividad de los medios, por lo que se les produce un doble perjuicio. Por un lado, los medios de difusión no reciben nada a cambio de la prestación del servicio publicitario a los partidos políticos y, por otro, durante esos períodos pierden las inversiones que realizan los anunciantes comerciales. Por esa razón se propone que se contemple, por parte de los Legisladores, la necesaria compensación a los medios de radiodifusión a través de certificados de crédito fiscal. Por ejemplo, esta solución se aplica en Brasil, de acuerdo con la Ley Nº 9.504, del año 1998 y sus dos decretos reglamentarios. La redacción que proponemos se integre al proyecto de ley es la siguiente: "Las empresas de radiodifusión, como compensación por los espacios que deban conceder obligatoriamente de acuerdo con la presente ley, recibirán certificados de crédito fiscal endosables que expedirá la Dirección General Impositiva, de acuerdo con el procedimiento que se establezca por norma reglamentaria". Es decir que reclamamos de los Legisladores que se contemple la necesidad, impuesta también por la Constitución, de compensar adecuadamente a los medios de difusión, en función de la afectación que se realiza por disposiciones de este proyecto de ley, tanto de la infraestructura técnica como de la organización empresarial, la cual se ha conformado para prestar el servicio de radiodifusión.

Por último quisiera referirme a la última observación que realizamos al proyecto de ley, en el sentido de que se vulnera el principio de igualdad ante las cargas públicas y ello es, por tanto, susceptible de generar situaciones de responsabilidad del Estado por acto legislativo. A este respecto, nos llama la atención que los únicos medios de comunicación afectados por las disposiciones incluidas en este proyecto de ley sean los de radiodifusión. Sin embargo, además de estos, en nuestro país existen diversos medios de comunicación masiva, tales como la prensa y los gráficos, Internet, publicidad estática en la vía pública y ambulante; entre los que han tenido un mayor desarrollo en los últimos tiempos, podríamos mencionar los mecanismos de publicidad alternativa como, por ejemplo, la que se realiza en forma puntual en determinados puntos de venta.

En ese sentido, el proyecto de ley impone, a una sola de las modalidades de medios de comunicación, diversas cargas y gravámenes que afectan su funcionamiento, generando una diferenciación, en nuestra opinión, arbitraria, por cuanto carece de fundamentos que lo habiliten, y lo hace en clara violación al artículo 8º de la Constitución de la República. Realmente, no advertimos la razón que fundamente un trato desigual y discriminatorio para con los medios de radiodifusión respecto de los demás medios de comunicación masiva, pues todos ellos realizan una actividad económica lícita, destinada al público en general, bajo la autorización y el estricto control de la Administración. Todos los medios de prensa y las empresas que realizan publicidad -ya sea en la vía pública o por medios alternativos- deben contar con la autorización habilitante, en el caso de los medios de prensa, del Ministerio de Educación y Cultura, y si se trata de otros medios de publicidad, de las Intendencias Municipales o del propio Estado. Quiere decir que para funcionar deben recibir una autorización o licencia.

**SEÑOR PRESIDENTE.-** No hay concesión.

**SEÑOR INCHAUSTI.-** Efectivamente, no hay concesión, señor Presidente, y esto también favorece la argumentación que estamos presentando, porque cuando existe concesión, la vinculación entre el

Estado y la empresa o el particular que cumple esos servicios es más intensa. En el caso de los medios de radiodifusión, la relación con el Estado supone una licencia o permiso, pero es una actividad que desde siempre en nuestro país se ha respetado como una actividad librada al ejercicio de los particulares. No es un servicio que el Estado haya reclamado como público, tal como ocurre con la telefonía básica, el transporte y otros servicios que se desarrollan por concesión.

Justamente, con relación a otro tipo de servicios que puedan necesitar los partidos políticos para facilitar su funcionamiento, hemos pensado que quizás podrían utilizar minutos gratuitos de comunicación, por ejemplo, en telefonía básica y en telefonía celular -que también es un servicio público prestado por particulares- en servicios de transporte para trasladar a los simpatizantes a los actos partidarios -tanto terrestre, como fluvial y aéreo- en servicios de impresión de papeletas electorales, afiches, folletos y programas de gobierno por parte de la imprenta oficial o de particulares e, inclusive, en el servicio de los pegatineros que puedan dedicar algunas horas de su tiempo para prestar un servicio gratuito a los partidos políticos pegando los afiches en las paredes y muros de la ciudad.

Quiere decir que existe otro tipo de servicios que tienen vinculación directa con el Estado, que podrían ser útiles para facilitar el funcionamiento de los partidos políticos. Por eso no comprendemos cuál es el motivo por el que se ha elegido en forma discriminada a los medios de radiodifusión como los únicos afectados para prestar un servicio gratuito a los partidos políticos. En ese sentido, en el informe que presentamos a la Comisión se incluye un ejemplo de un servicio de transporte sobre el que el Estado ha dispuesto la prestación gratuita para los estudiantes liceales, en cuyo caso ha instrumentado mecanismos que compensan a las empresas prestadoras de ese servicio por los ingresos que dejan de percibir. Al igual que los medios de comunicación, el transporte público utiliza un bien de dominio público, como son las calles, carreteras y caminos, construidos por el Gobierno. Esta circunstancia no determina que las empresas de transporte puedan disponer de las unidades vehiculares necesarias para realizar este servicio, por lo que se establecen modificaciones a las condiciones originalmente establecidas, sin una justa compensación por los daños causados a tales empresas. En este sentido, citamos el Decreto Reglamentario Nº 350 de 2005 y su modificativo, el Nº 82 de 2006, que dispone que las empresas de transporte suburbano tienen la obligación de otorgar 50 viajes gratuitos al mes a los estudiantes del primer ciclo de enseñanza media pública menores de 16 años, al 1º de enero de cada año. Como contrapartida a este Decreto Reglamentario, se establece un mecanismo de compensación a las empresas afectadas por tales disposiciones, puesto que reconoce que la prestación de ese servicio gratuito afecta el funcionamiento de una empresa privada. De esta forma también reconoce el respeto a la Constitución de la República y por eso estamos reclamando que esto se aplique a la radiodifusión. Entonces, proponemos que los medios de radiodifusión sean compensados por el Estado -teniendo en cuenta la afectación que significa la prestación de servicios de difusión publicitaria gratuita a los partidos políticos- a través de la emisión de certificados de crédito público o fiscal, para que quienes se vean perjudicados puedan utilizarlos como forma de pago de sus impuestos o como moneda de cambio en sus operaciones comerciales, tal como lo hacen otras empresas de nuestro país.

También señalamos que, en caso de no respetarse esta disposición constitucional, las disposiciones contenidas en el proyecto de ley podrían hacer pasible al Estado de verse enfrentado a situaciones de responsabilidad por acto legislativo. Queda claro que una ley no solamente puede provocar responsabilidad del Estado por ser inconstitucional sino que, también, a pesar de ser absolutamente constitucional y de cumplir con los procedimientos previstos en la Constitución, puede colocar al Estado en dificultades por la denominada responsabilidad por acto legislativo. Entonces, aunque ajustada a Derecho, si la ley produce daños a terceros que no tienen la obligación de soportar, el deber del Estado es repararlos. Esta opinión proviene del doctor Martín Risso Ferrand y está contenida en un artículo publicado en la revista jurídica del Centro de Estudiantes de Derecho, denominado “Responsabilidad del Estado por su actividad legislativa”.

Para terminar, luego de agradecer la tolerancia de los señores Senadores y de los representantes de las agremiaciones de radiodifusiones y de organizaciones comerciales, quiero agradecer la consideración que puedan realizar a las objeciones planteadas y solicito que se tengan en cuenta los planteamientos formulados. A su vez, esperamos que se adopte una solución final que contemple los legítimos derechos y los intereses de los radiodifusores del Uruguay.

Muchas gracias.

**SEÑOR ELUTCHANZ.-** Deseo agradecer a la Comisión que nos haya recibido. Quiero aclarar que vamos a entregar un memorándum con respecto al cual, quien me antecedió en el uso de la palabra, realizó un comentario muy explícito. Intentaré ser breve, dado que todas las organizaciones aquí presentes hemos firmado este documento, lo hemos hecho nuestro y ha sido ampliamente fundamentado por el doctor Inchausti.

La relación entre los medios de comunicación, los partidos políticos y los políticos es muy estrecha, porque de todas formas somos comunicadores. El político -y tengo el honor de reconocer ese concepto con una alta nobleza- es un hombre o una mujer que sostiene sus ideas y que las trata de comunicar en una tribuna pública levantada en una esquina o en la discusión y conversación diaria en cualquier lugar adecuado, como puede ser el boliche, una casa de familia, un club político o un comité de base.

Desconocer la estrecha vinculación que tienen los medios de comunicación con los partidos políticos sería estar de espaldas a una realidad que es histórica en este país. Desde quien fuera un ilustre político, escritor y primer Presidente del Círculo de la Prensa, don José Enrique Rodó, siempre ha habido grandes comunicadores que han sido Legisladores y viceversa. Nuestros grandes líderes, de todos los partidos, han pasado por la prensa y por las radios, y siempre ha habido una relación fluida entre ambos. En este sentido, a ustedes mismos los pongo como testigos. Representamos a las radios del interior, pero podemos decir que todas las radios en general hacen programas informativos durante todo el año y, además, por la necesidad del pueblo de estar informado, convocan a los políticos a los informativos y a los programas periodísticos especiales. Hay un acceso amplio, libre y plural en los medios de comunicación existentes.

En realidad, nos sorprenden dos o tres aspectos de lo que está sucediendo. Siempre nos opusimos a ese límite, que primero fue de cuarenta y cinco días y ahora es de treinta, para que pueda haber publicidad política. Desde el punto de vista democrático, no existe ningún justificativo. Parecería que el justificativo puede ser el no enfrascar a la ciudadanía en una discusión política, pero todos sabemos que ese es un sofisma, porque la discusión política está entablada durante los cinco años de gobierno. No creo que nadie pretenda establecer -y mucho menos intentarlo- a través de una ley que sólo se hable de política treinta días antes de las elecciones. De por sí estamos en desacuerdo con que se fije un límite y se disponga un período. Esto surgió en una ley anterior a esta, que creo que después fue modificada.

Tampoco vemos justificativo para la carga específica que se estipula para los medios de radiodifusión. ¿Por qué no se le dice a las imprentas que tienen que imprimir gratis un veinte o un treinta por ciento de las listas? ¿Por qué no se hace algo similar con los medios de transporte? Como se ha dicho, cuando se hace una asamblea, los medios de transporte podrían brindar tres ómnibus gratis de un total de diez. También todo eso conllevaría al fortalecimiento de los partidos políticos. En el material que tengo en mi poder se expresa que el proyecto contiene una serie de propuestas que tienden a fortalecer a los partidos, no sólo a través de un apoyo financiero, sino procurando el acceso de todos a los medios de comunicación -se trata de todos, no de los más importantes- en el entendido de que la presencia de partidos políticos fuertes resulta esencial para sostener un régimen democrático.

Estamos de acuerdo con el hecho de que haya partidos políticos fuertes; ahora bien, que la forma de fortalecerlos sea a través de la publicidad gratis, no creo que tenga demasiado fundamento. Después se dice que, con la finalidad de evitar que el poder económico de unos pueda impedir que se escuchen la voces de otros y que todos dispongan de igualdad de oportunidades, se busca a través de diversas disposiciones la generación de oportunidades de acceso gratuito para todos los partidos a los medios de comunicación de mayor impacto. A mí me parece que esto es un contrasentido, porque lo que en realidad se propone cristaliza el “statu quo”, puesto que aquellos partidos que han recibido mayor aporte del Estado a través del pago por los votos, son los que van a tener más acceso gratuito a la publicidad política. Si a alguno se le ocurre formar un partido nuevo, va a sufrir una amplia discriminación, por lo que tampoco vemos que aquí haya un fundamento.

El artículo 18 establece que la contribución del Estado para los gastos de la elección nacional será el equivalente en pesos uruguayos al valor de 87 Unidades Indexadas por cada voto válido emitido a favor de las candidaturas a la Presidencia de la República y, para el caso de la segunda elección, será una suma equivalente a 10 Unidades Indexadas. Esta es la forma de financiar a los partidos políticos. ¿Es poco? Los señores Legisladores tienen las facultades para que, en lugar de ser

87 Unidades Indexadas sean, por ejemplo, 187 Unidades Indexadas. Luego, el Erario contribuirá a que haya partidos políticos fuertes que puedan gastar en lo que les parezca mejor, entre otras cosas, en la publicidad en los medios de radiodifusión.

Nos parece que acá hay algo así como dos aspectos de financiación de los partidos; por un lado, el dinero que el Erario les da y, por otro, una gabela -¿se dice así, doctor Inchausti?- a los medios de radiodifusión, lo que es netamente discriminatorio.

**SEÑOR BRECCIA.-** Me parece que ese término es un poco fuerte.

**SEÑOR ELUTCHANZ.-** Bueno, lo rebajo si quiere el señor Senador.

Me da la impresión de que todo este sistema no va a fortalecer demasiado a los partidos políticos, y lo digo porque me siento parte de ambos lados: he tenido actividad política y estoy en la radiodifusión. Por supuesto que hemos vivido dificultades económicas pero siempre, a través de los votos y de diversos medios, hemos tratado de salir adelante y hemos pagado a los medios desde hace muchos años. Cabe destacar que los medios siempre están abiertos al diálogo, por lo que parece un poco injusto tratar así al amigo. No me refiero al amiguismo, sino a aquel que siempre ha estado dispuesto a brindar espacios gratuitamente. El señor Presidente de ANDEBU ha dicho -nosotros lo hemos ratificado- que lo estamos haciendo permanentemente y estamos dispuestos a seguir por ese camino, pero no es lo mismo que se imponga una obligación a que se dialogue y conceda lo que se pide. Eso es muy uruguayo; nos gusta más conceder de común acuerdo, que imponer una obligación.

En definitiva, si esto tiene que ser así, lo que pedimos es que sea compensado. Creo que es algo defendible desde el punto de vista de la equidad: lo mismo sucedería si, por ejemplo, a las imprentas se les impusiera la obligación de hacer las listas en forma gratuita, porque argumentarían que tienen gastos de papel, de tinta, etcétera. Nosotros también tenemos gastos de empleados, de UTE, de ANTEL, etcétera, que debemos pagar. Entonces, en la época en que podría darse una especie de zafra en la radiodifusión, por la política, esto no va a suceder o será muy acotada. Además, hay una realidad, que todos los que están en este tema conocen, y es que las empresas, en épocas electorales, achican su publicidad, porque en esos momentos se hace mucha publicidad política. Siempre se ha hecho y se seguirá haciendo. Recuerden que hablamos de una hora gratis diaria por cada medio; hay medios chicos que tienen muy pocas tandas publicitarias y no todos están emitiendo las veinticuatro horas. Además, acá se exige un horario central, lo que es más grave todavía, porque disminuye las posibilidades. Es evidente que el empresario normal -hasta el bolichero, porque hablamos de los pueblos del interior- va a retirar la publicidad, porque lo que más se escuchará es la propaganda política y nosotros no vamos a estar compensados.

Por estas razones, la segunda parte de nuestro planteo es para decir que si lo quieren hacer de esta manera, está bien, seremos respetuosos de las leyes, pero entonces será necesario establecer algún capítulo de compensación a través de ese sistema de un crédito endosable, que pudiéramos utilizar de alguna manera, quizás para cubrir alguna cuenta que podamos tener. Creo que acá hay dos caminos: o se hace más grande el aporte del Estado y en lugar de 87 Unidades Indexadas se establece lo que consideren conveniente para cubrir los gastos de publicidad en la radiodifusión, o se da una compensación a los medios porque se considera que son los más aptos para poder llegar a la gente.

De todas maneras, creo que van a tener posibilidades de llegar a través del periodismo y de las actividades informativas para que nadie se quede sin saber lo que los partidos políticos quieren expresarle a la ciudadanía. Considero que acá se discrimina y se hace una diferencia entre partidos, protegiendo más a los que obtengan la última mayoría. No sé si esto es democrático, porque justamente se habla de “fortalecer la posibilidad”. Para el que crea un partido nuevo, la posibilidad va a ser nula o mínima y ni siquiera se le va a permitir pagar la publicidad si consigue el dinero, ya que se le indica que no puede utilizar más del 120% de lo que obtenga gratis.

**SEÑOR PRESIDENTE.-** Lo que obtiene gratis es más.

**SEÑOR ELUTCHANZ.-** Eso es limitado. En teoría, democráticamente, si existe un grupo político que quiere formar un partido nuevo y tiene los medios para hacerlo, ¿qué razón hay para agarrarlo de la camiseta y no dejarlo caminar? Me parece que eso es un “fault”. Todos conocemos la realidad de los

partidos en nuestro país, pero considero que en este proyecto de ley se cercenan las posibilidades de nuevas opciones. En cuanto a lo económico, cada uno sabe cómo gastar su dinero. Si alguien quiere formar un partido y tiene medios para hacerlo, no creo que democráticamente se le pueda impedir, pero de esta forma se le está poniendo un freno muy importante.

**SEÑOR PRESIDENTE.-** Antes de ceder el uso de la palabra al señor Alzugaray, quiero decir que probablemente algún señor Senador desee plantear preguntas, pero tenga que retirarse.

Además, ustedes han manifestado que quieren que exista un intercambio. De esta manera, simplemente estoy exhortando a la brevedad.

**SEÑOR ALZUGARAY.-** Aclaro que solamente voy a hablar tres minutos.

Se ha hecho referencia al tema de la prensa escrita, expresando que no tiene concesiones públicas, pero sí cuenta con beneficios importantes en lo que tiene que ver con el papel. Además, la prensa escrita del interior recibe algún beneficio del Estado en cuanto a una subvención.

Concretamente, represento a Red Oro, que es una organización comercial de 48 radios del interior y en tres minutos haré referencia a algunos aspectos comerciales de la cuestión.

De acuerdo con las disposiciones del proyecto de ley -si es que se aprueba- es muy difícil poder dar un panorama de cómo va a quedar la publicidad para uno u otro partido. Habría que contratar a un planificador de medios para saber realmente cómo va a quedar el paquete publicitario. En definitiva, dados los resultados de las últimas elecciones, estamos hablando de una obligación de los medios de radiodifusión de 117 menciones por día de 30 segundos cada una. Consideramos que es demasiado. Hay medios que en ninguna elección recibieron una pautación política de 117 menciones por día.

Aquí se ha dicho que se trata de una zafra importante. No me gustaría usar ese término, sino que es un ingreso estacional que también compensa el aumento de costos que los medios tienen en ese período por la obligación de atender bien la actividad electoral que se desarrolla desde el comienzo de la campaña hasta la cobertura del acto eleccionario. Además, esta carga de segundaje significa que en la mayoría de las radios del interior todas las menciones políticas van a ser gratuitas. No va a haber mayor contratación, ya que nunca se ha contratado este monto de menciones. Es ilusorio decir a las radios del interior que el partido de mayor votación en esta oportunidad va a tener 1.631 segundos gratuitos y va a poder contratar 1.957 segundos más, porque la mayoría de esas radios nunca han tenido una contratación de 117 menciones diarias de publicidad política. Entonces, este proyecto de ley es injusto para muchos medios, ya que obliga a las radios en su totalidad, cuando es un hecho que el Estado no las tiene en cuenta en la distribución de la publicidad oficial. En este país va a haber radios que, durante el período de publicidad electoral, deberán dar 117 menciones diarias, sin haber recibido una sola mención de publicidad oficial en 5, 10 ó 15 años.

Por otro lado, me animo a sugerir que se atienda el mecanismo que, de prosperar esta iniciativa, se establecerá para la venta del segundaje que las radios podrán realizar. No olvidemos que el tiempo es el bien más efímero -tal como dijo mi colega- y si las radios, para poder vender su saldo de segundaje, tienen que esperar que lleguen las órdenes de los partidos políticos, que se trafique a nivel departamental, etcétera, es posible que una vez que todo eso se haya dado, se les esté acabando la cantidad de segundos. No sé si soy claro, pero lo cierto es que, tal como está redactado el proyecto de ley, parecería ser que después de ordenarse el segundaje gratuito a las radios, éstas pueden vender un tope a cada partido político; ahora bien, ¿cómo se puede vender ese tope? ¿Se puede vender todo al primero que llega?

Es claro que eso sería lo que uno quisiera. Supongamos que llega el señor Senador Da Rosa y me dice: “Mi partido tiene 1957, se lo compro”; obviamente, a uno le gustaría decirle “Sí, se lo vendo”, porque uno no sabe si después vendrán los señores Senadores Heber, Michelini, o quien sea, a comprar el resto del segundaje, y es algo que uno tiene que vender.

Así pues, con relación a ese segundaje libre, si bien el proyecto de ley dispone un tope para cada partido, las radios no pueden quedar con la carga de permanecer sentadas esperando a ver

cómo se organiza el partido y quién les viene a comprar de cada partido.

En definitiva, esto es lo que quería plantear desde el punto de vista comercial, haciendo hincapié en dos cosas, fundamentalmente. Primero, en el hecho de que habrá muchas radios que no venderán una sola mención más, porque la carga es muy importante; estamos hablando de 117 menciones diarias y la mayoría de las radios del interior no han tenido en todas las campañas políticas una contratación tan importante. Segundo, sería bueno que el mecanismo de venta del segundaje que puede contratar cada partido quedara libre para que las radios pudieran vender al primero que llegara.

Muchas gracias.

**SEÑOR GONZÁLEZ.-** Seré muy breve, señor Presidente.

Ante todo, quiero señalar que, lamentablemente, la redacción que se ha dado a los Capítulos IV, V y VI adolece de falta de calidad técnica, pues hay allí un desconocimiento de los mecanismos de la radio. A mi entender, ese es el problema básico.

El Decreto Nº 734/78, que regula la actividad de radiodifusión, prevé un máximo de 23 minutos de publicidad por hora, lo que resultaría casi imposible con este sistema. Además, concentra un 50% en el horario central; esto tampoco está determinado, pero suponemos que el proyecto lo hará. De todas maneras las cosas son diferentes en la televisión y en la radio.

El artículo 29 del Decreto Nº 734/78 dice: “Por tratarse de un medio de comunicación social y de interés público, la radiodifusión debe conciliar la atracción de los programas con el interés comercial. A fin de que se mantenga este equilibrio, se observarán las siguientes normas”. Como este proyecto de ley está elaborado -a nuestro entender- por alguien que quizás no está muy informado sobre la cuestión técnica de la radiodifusión, no se han tenido en cuenta estos principios sustanciales que la regulan y que, en cierto modo, si se superponen a lo que está previsto -a lo que ya está funcionando- implicarían una imposibilidad. Digo esto porque, o se deroga el Decreto Nº 734/78 y se modifica la situación, o se ajusta la disposición a lo que estamos hablando. Es casi imposible agregar 23 minutos de publicidad a lo ya contratado en muchos espacios, y todavía más que en 30 días se incorpore todo lo que está previsto. Insisto en que es imposible.

Un segundo aspecto que entendemos debería ser observado con detenimiento por los miembros de esta Comisión -más allá de todas las consideraciones que han sido realizadas y que compartimos plenamente- refiere al artículo 42 del Capítulo VI, en cuanto expresa que el Estado garantizará que los partidos políticos o coaliciones electorales que presenten candidatos a Presidente y Vicepresidente de la República e Intendentes Municipales tengan acceso a los medios de comunicación a los efectos de la divulgación de sus programas partidarios. Concretamente, nuestra duda es si además de todo lo previsto en los Capítulos anteriores, es obligación -o se va a garantizar, no sabemos de qué manera- que los programas, que habitualmente son muy extensos, sean también transmitidos. Eso significaría una superposición todavía mayor a lo anterior. Hago estas reflexiones con la intención de que estos aspectos puedan ser analizados, ya que si no se manejan técnicamente, puede generarse un colapso en el sistema.

**SEÑOR BRAÑAS**.- Dado que mis compañeros han mencionado prácticamente todo cuanto queríamos comunicar a esta Comisión, voy a hacer un breve resumen de los números en lo que tiene que ver con menciones y partidos políticos de acuerdo con el caudal electoral de las últimas elecciones, que es la base adoptada para realizar el cálculo según el cual se van a otorgar los espacios publicitarios gratuitos en los diferentes medios. Tendré en cuenta, además, los 282 medios de radio que existen en el Uruguay. Como la distribución se va a hacer a razón de 36 segundos por cada 1%, me voy a permitir dar un detalle de la cantidad de menciones que correspondería a los partidos, tomando como base 30 segundos por mención, y las menciones diarias como criterio. Digo esto porque cuando se habla de igualdad de oportunidades y de fortalecer a los partidos, quizás no se haya tenido en cuenta el mecanismo a la hora de la distribución, o tal vez haya que revisarlo o hacerlo más apropiado.

Al Frente Amplio, que fue el partido que obtuvo mayor cantidad de votos, le correspondería 62 menciones diarias por medio de comunicación; al Partido Nacional, 42 menciones y fracción, de 30 segundos -aclaro que nos referimos concretamente a menciones de 30 segundos y que si algún partido quisiera tener menciones de, por ejemplo, diez segundos, habría que multiplicar la cifra- y al Partido

Colorado, 12 menciones y fracción. Para no ser muy extenso -ya que el señor Presidente así nos lo ha pedido- diré que al Partido de los Trabajadores, que fue el que tuvo menor caudal electoral, le correspondería una mención por medio cada 1.500 días. Entonces, si hablamos de igualdad y de fortalecer a los partidos, creo que el criterio que se está utilizando para la distribución no es el mejor. Los números hablan por sí solos.

**SEÑOR BRECCIA.-** Es un mecanismo habitual de las Comisiones no discutir los temas con quienes nos visitan, por un principio de elemental de respeto por ellos. Sin embargo, una vez que los invitados se van, seguimos analizando el asunto entre nosotros. En esta instancia, nos interesa, principalmente, recibir vuestras inquietudes.

Lo primero y fundamental que debo manifestarles a título absolutamente personal -porque aquí estamos a título personal y, además, esta es una Comisión Especial- es que entiendo -creo que estoy en la misma situación los demás colegas presentes- las inquietudes que plantean vuestras respectivas asociaciones. Por lo tanto, no quiero que, de pronto, se vayan con la impresión de que nosotros los escuchamos pero echamos en saco rato vuestras preocupaciones. Por el contrario, por un principio de elemental respeto y porque además son observaciones realizadas con mucha meticulosidad, analizamos y evaluamos como corresponde todo lo que ustedes expresan.

En segundo lugar, recojo -por eso digo que hablo a título exclusivamente personal- lo que ustedes manifestaron, y esto no implica, en absoluto, ni siquiera una mínima posibilidad de evaluar como aceptable el planteo concreto que han realizado. De todos modos, me interesa profundizar en el tema que plantearon -que ha sido reiterado- respecto a la posibilidad de que hubiera algún tipo de compensación mediante la emisión de certificados de crédito fiscal. Tengo para mí -y es lo que quiero preguntar para que me lo aclaren- que en materia de espacios, de tiempo -que es lo que ustedes venden- hay costos, hay precios -que es una cosa diferente- y dentro de éstos, tarifas oficiales -creo que hemos discutido este tema alguna vez con el doctor Inchausti- y precios reales. Entonces, cuando ustedes se refieren a la emisión de certificados de crédito fiscal que pudieran compensar esa afectación que invocan respecto al derecho de propiedad sobre determinados recursos humanos y equipos, quiero saber si están manejando el tema de los costos de esos equipos o de esas propiedades que se verían afectadas o están considerando lo relativo a los precios y, en ese caso, me gustaría conocer si son los precios oficiales o los no oficiales. Esa sería la primera pregunta.

La otra interrogante que me surge es en qué medida ustedes harían hincapié en el sentido de que esos certificados fueran negociables en forma abierta, es decir, a los efectos de abonar cualquier obligación que ustedes puedan tener, o en qué medida podrían aceptar -en el hipotético caso de que se ingresara en algún mecanismo compensatorio- que esos certificados negociables fueran al solo efecto de abonar créditos fiscales.

**SEÑOR INCHAUSTI.-** Para contestar las preguntas del señor Senador Breccia, quisiera decir en primer lugar que los medios de radiodifusión fijan sus precios de comercialización de servicios en forma muy dispar, sin perjuicio de lo cual existen, como es notorio -y están presentes en esta Sala- organizaciones comerciales que representan una enorme cantidad de medios de radiodifusión -sobre todo en el interior- que manejan precios bastante uniformes en lo que tiene que ver con los servicios que prestan las radios. De cualquier forma, tanto en ANDEBU como en RAMI se han realizado campañas de difusión de organismos públicos -como el Banco de Previsión Social, el Instituto Nacional de Estadística y algunos otros- en las que se han acordado mecanismos para la determinación del valor del servicio prestado, tanto en medios de radiodifusión de Montevideo -estoy hablando tanto de la radio como de la televisión- como del interior. Es decir que existen algunos antecedentes sobre los cuales podemos trabajar para encontrar mecanismos de fijación del precio.

En mi exposición hacía mención a la compensación que reciben las empresas de transporte, las cuales tienen un precio del boleto fijado por el Poder Ejecutivo. En el caso de los medios de radiodifusión eso no es así porque cada medio fija sus precios o tarifas. Sin perjuicio de esto, existen antecedentes y organizaciones que uniformizan la fijación de los precios para una gran cantidad de medios de radiodifusión.

También hay antecedentes -como mencionaba- sobre publicidad realizada por organismos públicos, que podrían servir para la determinación de los precios a aplicar. Lo que proponemos es que la fijación de esos precios se realice en forma reglamentaria, para lo cual planteamos una redacción general para que sea incluida en el proyecto de ley, previendo que la determinación se haga por vía

reglamentaria. En esta actividad reglamentaria se trabajaría en comisiones integradas por las organizaciones representativas de los medios de radiodifusión junto con los organismos estatales que estén involucrados por su naturaleza, como el Ministerio de Economía y Finanzas.

El otro aspecto que consultaba el señor Senador Breccia, es decir, sobre la posibilidad de que los certificados de crédito fiscal pudieran ser endosables, esa es la solución que preferimos, en virtud de que ofrecen una mayor flexibilidad a las empresas para que se abone, a través del endoso o cesión de esos certificados, la prestación de servicios por proveedores o, incluso, por anunciantes. En este sentido, también tuvimos en cuenta que las radios del interior han sido exoneradas, luego de la reforma tributaria, del pago de tributos, siempre que se encuentren por debajo de una facturación en el ejercicio anual de 2:000.000 de Unidades Indexadas. Es decir que las radios de menor envergadura, que serían especialmente afectadas en la disposición de espacios gratuitos, no quedarían comprendidas dentro de la compensación en caso de que esos certificados no fueran endosables.

**SEÑOR ELUTCHANZ.-** Es evidente que los señores Legisladores deberán analizar a fondo si esta solución es mejor que incrementar el dinero que los partidos van a recibir.

Creo que era Planiol quien hablaba de la libertad y de la independencia; eso es algo que nos enseñaron en la Facultad.

Evidentemente, esto va a ser muy engorroso. En la compensación también habrá que considerar el trabajo administrativo que van a tener las radios. Y ustedes, que tienen experiencia en esto, van a tener diversas dificultades para ponerse de acuerdo entre los distintos sectores de los diferentes partidos, para la distribución de esta publicidad. Puede ser que sí o que no. En fin, si hablamos de la mejor solución, que cada uno tenga un respaldo económico apropiado, que lo gaste como le parezca mejor y que puedan ir a los medios a contratar los espacios. Si esa solución no es la que los señores Legisladores entienden más conveniente -el proyecto de ley también es del Poder Ejecutivo- evidentemente habrá que buscar un modo de compensación. Y a medida que hablamos, aparecen mayores dificultades para las radios, porque las pequeñas emisoras que están en RAMI y que apenas pueden funcionar, que salvan sus costos con verdaderas dificultades, no van a tener avisos y todo será gratis. Evidentemente, la situación va a ser muy grave en cuanto a la sustentabilidad del medio. A esos efectos, habría que buscar una forma de compensación por el engorroso trabajo administrativo que nos va a determinar y por la ocupación masiva del segundaje disponible.

Por otra parte, se deberían respetar los principios de la radiodifusión, pues es un medio que presta un servicio a toda la ciudadanía, a todos los oyentes, pero según esta iniciativa podría verse unilateralizado.

En consecuencia, solicitamos a los señores Senadores que analicen firmemente la posibilidad de instrumentar una compensación y, como muy bien se ha señalado, sería importante que ese crédito fiscal sea endosable, porque de lo contrario no sería posible su utilización por parte de aquellos medios que por su bajísima y pobre facturación no pagan IVA ni ningún otro impuesto. Por cierto, esto ocurre en un porcentaje altísimo de las radios del interior. Quienes conocen todo el país saben que esto es así y que hay pueblos muy pequeños, que además actualmente sufren otro embate -por supuesto, no es tema de esta Comisión- relacionado con las radios ilegales, que se han multiplicado y compiten en forma desleal, sin pagar ninguna contribución, sin tener a sus empleados inscriptos en el Banco de Previsión Social ni cubiertos por el seguro obligatorio contra accidentes de trabajo, todo lo cual representa una dificultad más para las emisoras independientes.

**SEÑOR HEBER.-** Quisiera plantear una consulta sobre los datos que aportó el señor Brañas cuando se refirió a 282 medios de radio, a 30 segundos por mención y a una distribución de los espacios gratuitos, en cuyo caso de las menciones, 42 son para el Partido Nacional y 12 para el Partido Colorado. Si no me equivoco, este nivel se puede subir contratando más espacio.

**SEÑOR BRAÑAS.-** El espacio mayor es de 120.

**SEÑOR PRESIDENTE.-** Ese es el tope.

**SEÑOR HEBER.-** Gracias, simplemente quería confirmar esos datos.

**SEÑOR PRESIDENTE.-** Si los señores Senadores me permiten, quisiera trasmitir algunos conceptos, porque lo peor que puede pasar es que después de que se apruebe el proyecto, quienes hoy nos visitan se pregunten para qué transmitimos.

En primer lugar, voy a explicar a qué se refiere el artículo 42. En su oportunidad los partidos políticos utilizaron el sistema de cadenas de 15 minutos al empezar y 10 minutos al terminar las campañas. El artículo 42 contiene una disposición sobre este tema, que quedará establecida a texto expreso para que no queden dudas de que esos minutos corresponderán a los cuatro o cinco partidos que se presenten a la elección y tengan determinada votación. Acá ya hay una experiencia acumulada de otras elecciones en las que los espacios gratuitos se concedieron por propia voluntad y con la firma de un acuerdo, lo cual no fue engorroso y los minutos se repartieron en forma proporcional. El hecho de que al Partido de los Trabajadores le toque 1 minuto, tiene el objetivo de que no se inventen partidos. Si se estableciera que a todos los partidos les corresponde la misma cantidad de menciones diarias que tendría el partido mayoritario, o sea, 62, yo no tendría ningún problema: me presento con un partido y alcanzo esa cantidad de menciones diarias. Pero no debemos olvidar que podemos tener 38, 50 ó 100 partidos. El espíritu de esta norma no es fomentar el fraccionamiento y la dispersión; por esa razón hay que establecer algunos parámetros.

En definitiva, mi intención es que la delegación entienda cómo razonamos con relación a algunos parámetros. Hay una ciudadanía que se expresa, manifiesta su adhesión a cierta cantidad de partidos, pero en el Uruguay no nos pronunciamos en torno a 10 partidos, sino que la ciudadanía canaliza su opinión a través de una cantidad menor de partidos. Es más, hay tres que se llevan más del 90% del electorado.

Por otro lado, cuando en su oportunidad se repartieron los minutos en virtud de un acuerdo, ello se hizo proporcionalmente. Nosotros podemos hacer un ajuste, pero decimos que a la lista de los Senadores se agregará la de Diputados, a prorrata de lo que fue la elección nacional anterior. Simplemente hay que colocarlo en un pequeño programa de computación para que luego salga para todos, pero queda claro que ese no es el tema.

Por otro lado, la prensa y los medios de comunicación no son concesiones del Estado y tampoco los ómnibus, que podrían ser libres, pero el Estado tomó la decisión de que no lo fueran. Queda claro que estamos ante un proyecto de ley a estudio del Senado que involucra un tema complejo y difícil. Sin embargo, no se trata de una situación desregulada y libre porque el espectro es finito. Si no fuera así, si fuera infinito, estaríamos en otro camino.

Quienes nos visitan dicen que es necesario compensar; es una forma de ver las cosas, pero también algunos Legisladores plantearon que, en lugar de establecer esto, se diera el dinero y se estableciera un canon a quienes utilicen el espectro. Es otro camino; luego se contratará o no. Se paga un impuesto y luego los partidos políticos deciden lo que van a hacer. Nos pareció que la tradición de las últimas elecciones debía ser plasmada en forma legal -en aquel momento el espectro ofreció una cantidad de minutos y ahora por ley se determinaría un número mayor- y no transitar por la vía del canon que, naturalmente, se volcaría a Rentas Generales.

Si bien pude no gustar, nuestra intención es plasmar legalmente algo que se comenzó a hacer, por la vía consensual, en más de una elección, por un tema de seguridad jurídica y para que después no suceda que una radio o un canal se niegue, lo que generaría un efecto dominó porque las radios y los canales que sí se ofrecen, se preguntarían qué está ocurriendo.

En cuanto a que se acoten los tiempos de las campañas electorales, ello nos fue solicitado cuando comenzaron los acuerdos de parte por cuanto en esa época las demás publicidades se retiran. En consecuencia, el planteo consistió en que, si nosotros acotábamos el tiempo de campaña electoral, nos darían minutos por voluntad propia. Quizás esto pueda verse como una restricción democrática, pero si dejáramos que la publicidad fuera absolutamente libre, estaríamos pidiendo minutos a voluntad. Como las campañas pueden comenzar en el mismo momento en que termina la anterior -lo que no sucede porque no hay bolsillo que lo resista- se puede dar el doble efecto de tener que dar minutos sin un determinado orden y que las otras publicidades se retiren mucho antes. Quiere decir que se enfrentaban a dos perjuicios y por eso se pidió que se acotara la campaña electoral a un determinado plazo y que en él se utilizaran los minutos gratuitos y los contratados. No obstante, se estableció una excepción para el caso de que se realizara un acto político, permitiéndose hacerle la propaganda dos días antes, porque es algo que no sucede todos los días.

Entonces, no vamos por la vía del canon, pero sí por una vía consensual. Sé que se trata de más minutos -eso puede ser discutible- y que, si mañana alguien no cumple, se genera todo un efecto dominó. Eso podría ocurrir en medio de una elección; quizás, deberíamos sentarnos a conversar sin versión taquigráfica para ver cómo afinamos las cosas. Creo que lo que se incluye en el proyecto es la tradición que veníamos teniendo, quizás de una forma un poco más generosa. Al establecerlo en la ley se busca generar seguridades a quienes planificamos la campaña y a quienes tienen dudas de que se cumpla. La situación ahora va a ser más transparente y se van a generar menos complicaciones ya que, como todos sabemos, a veces ocurría que alguien no podía pagar. Naturalmente, sabemos que este tema va a afectar. Si compensáramos con certificados a las empresas chicas de radios y no los pudieran usar, no les estaríamos solucionando el problema. Esto es complejo y no tengo ningún problema en que algunos de los señores Senadores aquí presentes lo analicemos junto con ustedes, para lo cual tenemos la mejor voluntad, pero también ustedes tienen que entender que el espectro es finito y las radios -salvo una excepción, por un problema absolutamente puntual que dirimió la Justicia- tienen "forever" su concesión, sin limitante alguna y no pagan ningún canon. Sabemos que hay un problema con las radios comunitarias y también estamos preocupados por cómo les afecta todo esto.

Lo mejor es ir por el camino del entendimiento. También alguien podría decir: "demos más minutos, pero vayamos al acuerdo como en oportunidades anteriores". Eso está bien, pero generaría ciertas incertidumbres porque sé que algunos han dicho que esto no les interesa más, que el que quiera dar minutos que lo haga, pero ellos van a cobrar. Eso genera incertidumbre jurídica para los que dan y para los oyentes porque todos conocemos la nueva moda de las radios de comprometerse más con lo social y menos con lo político; más asépticas, informando sin vincularse ni tener relación con ningún partido y sin ver a los políticos. Me refiero a medios que piensan que no tienen por qué dar nada en ese sentido. En lo social sí hacen programas de ayuda y solidaridad -esto prende en la sociedad- pero lo más asépticos posible. No se meten con la política, no piden favores ni nada por el estilo. Dicen: "si me quieren poner un canon, háganlo y que afecte al resto". Eso es lo que nos han trasmitido: "Pongan un canon; no tengo problemas: tengo un capital, hago programas competitivos, que tienen rating y consigo propaganda." Pero resulta que eso afecta a otros que tendrían que desembolsar dinero. Lo que nosotros pretendemos es tener minutos, tal como lo vinimos haciendo hasta ahora, no por ley, sino en base a acuerdos. ¿Qué pasa si mañana dos o tres se desprenden de eso y empiezan a tener inversiones de afuera? Entonces, me parece que lo mejor es seguir por esta vía.

Reitero que podemos juntarnos para analizar esa parte del articulado pero sin calificar la otra parte, porque todo lo podíamos hacer teniendo como referencia la elección anterior. El partido mayoritario ha dicho: "Pongamos cláusulas que nos limiten", pero tampoco vamos a pensar que todos somos iguales, porque no es así como se pronunció la ciudadanía y no se puede comparar al Partido de los Trabajadores con los tres lemas mayoritarios.

Entonces, se hace un esfuerzo en varios artículos para topear esto porque, inclusive, el partido mayoritario, tendría la contratación en un 120%. Sin embargo, el tope de los partidos que le siguen no es el 120% de la publicidad gratuita que se les da, sino el tope del partido mayoritario. Por lo tanto, si hay un partido nuevo al que se le otorgan pocos segundos, pero arrasa con todo electoralmente hablando, luego tendrá capacidad de recolectar fondos; si es una vorágine, podrá contratar y contar con las mismas condiciones e, inclusive, según el artículo 33, en la medida en que saque más de cierto porcentaje en la interna, se le otorgarán minutos gratuitos.

Quería redondear la idea, porque el espíritu no es estar en contra de las radios; por el contrario, pretendemos ponernos de acuerdo, como lo hicimos, dando cierta seguridad jurídica, y para ello tenemos que reunirnos.

**SEÑOR ELUTCHANZ.-** Dado el razonamiento que hacía el señor Presidente, se me ocurrió que las radios podrían decir que van a otorgar los cien minutos o el porcentaje establecido por la norma, pero que no les interesa vender el resto. Además, me parece demasiado abundante la cantidad de segundos que se ha establecido y tal vez ese podría ser un tema a conversar en esas charlas serias, pero más informales. Realmente tenemos que pensar cómo se va a sostener nuestra radio, porque la situación es compleja. Siempre aparece esa guadaña del canon, que es como una amenaza, y en ese momento pensamos que si queremos mantener una radiodifusión independiente, saneada, como la que tradicionalmente ha tenido este país, y que ha sido ejemplo democrático, también debemos tener cuidado con lo que hacemos. No es lo que el señor Presidente estaba diciendo, pero se me cruzaron esos fantasmas que hay en la gente, por lo que debemos tener cuidado, ya que podríamos liquidar un porcentaje altísimo de radios que hoy están funcionando. Esta forma tampoco va a contribuir a

solidificarlas, porque deben cumplir con un altísimo porcentaje de su programación, de sus espacios, que legalmente están limitados, y a eso le agregamos, en horarios centrales, la publicidad que también es obligatoria, porque es la de la subsistencia, ya que si no la permitimos, se acaban las emisoras. Creo que será muy importante y conveniente ver de qué forma se puede adecuar esta situación, logrando los objetivos.

Lo otro que quería señalar es un poco diferente a la tradición que mencionaba el señor Senador, porque hasta ahora se han cedido espacios, minutos, para expresar la plataforma…

**SEÑOR PRESIDENTE.-** Y también publicidad.

**SEÑOR ELUTCHANZ.-** Pero ha sido mucho menor en ese aspecto; esto no recoge una tradición de una hora de publicidad obligatoria para los partidos políticos. Además, entramos en un terreno bien complicado, porque los partidos políticos son órganos de la sociedad, con personería jurídica, que tienen una calidad muy especial por ser los representantes que van a ocupar el Gobierno. Siempre debemos separar entre Estado y Gobierno; los partidos no son el Estado, sino que son los que a través de mecanismos constitucionales y legales después ejercen el Gobierno.

Acá se nos ocurren diversas preocupaciones. En lo personal, he estado en la educación y siempre hemos logrado espacios educativos gratis en los medios de comunicación, pero esto no quiere decir que a otros organismos, que también son muy importantes -como los partidos políticos- para el ejercicio de la democracia en el Uruguay, se les debe dar el mismo derecho. Me refiero, por ejemplo, a la educación, a la salud pública, etcétera.

En fin, entramos en un terreno donde el precio a pagar -como podrán apreciar, no digo "la gabela"- por la supuesta concesión gratuita puede transformarse en una espada de Damocles, que no me parece justa por la tradición democrática de nuestro país. Vivimos en el Uruguay; de esta forma se ha hecho la democracia, ha habido rotación de partidos y se reconoce que es fundamental que exista y que continúe eternamente la libre expresión del pensamiento en los medios.

Claramente hay una gran diferencia con la prensa escrita. Imagino lo que dirían los representantes de la prensa escrita si les dijeran que tienen que ceder cuatro o cinco páginas diarias gratuitas -habría que analizar los porcentajes y determinar una relación proporcional- o tantas páginas centrales por día para los partidos políticos. Además de poner el grito en el cielo, no sé si tendría la misma cualidad, la misma especie. Tan importante como los medios de radiodifusión es la prensa escrita.

**SEÑOR PRESIDENTE.-** Creo que deberíamos ir finalizando el tema. Nos queda algún contacto fuera de esta Comisión para realizar ajustes.

**SEÑOR INCHAUSTI.-** En el informe que vamos a dejar a los miembros de la Comisión se adjuntan dos anexos: uno relativo a las disposiciones del proyecto de ley -que los señores Senadores bien conocen- y otro que tiene que ver con los antecedentes en cuanto a la cesión de los espacios para la información y los espacios para publicidad política.

Como bien decía el señor Presidente de la Comisión, existen antecedentes de anteriores elecciones en los cuales los medios de radiodifusión han cedido espacio a los partidos políticos, tanto para la actividad informativa como para la publicidad. En esa medida, se han instrumentado acuerdos entre las instituciones representativas -en este caso ANDEBU- de los medios de radiodifusión y los representantes de los partidos políticos, a fin de que éstos pudieran disponer de espacios de comunicación con el electorado. En las elecciones nacionales de 1999 y 2004 se previeron mecanismos para la disposición de esos espacios por parte de los partidos políticos, tanto en televisión abierta como en radio, para las elecciones nacionales, en la primera y la segunda vuelta electoral, y para las elecciones departamentales. Se dispuso que los espacios de información se realizaran en cadena, contando cada candidato con 15 minutos, distribuidos en los días previstos por ley para la difusión de publicidad y de información electoral. Asimismo, se previó que los partidos políticos contaran con algunos segundos en servicios de difusión publicitaria, tanto en los sectores centrales como en los laterales de cada medio. Concretamente, se preveía que cada candidato contaría con 30 segundos diarios en el sector central y 30 segundos diarios en los sectores laterales durante los 30

días previstos por la primera ley que reguló el tema, y también en los 40 días establecidos en la ley que modificó el período de publicidad electoral.

**SEÑOR PRESIDENTE.-** Pido disculpas, pero esa información va a quedar en poder de la Comisión. Además, los sectores tuvimos publicidad gratuita concedida por los medios y estuvimos muy agradecidos, porque fueron recursos que no tuvimos que desembolsar. Creo que podemos tener alguna reunión. Este proyecto de ley va a recibir un trámite acelerado, por lo que nos reuniremos cuanto antes.

Es claro que hay medios que no quieren venderles a los partidos políticos; se trata de medios que tienen capitales que vienen de afuera -todos lo sabemos- y que quieren hacer cosas asépticas; en definitiva, sostienen que existe la libertad de comercio y que, si no quieren vender, pueden no hacerlo. Entonces, también se plantea un problema por ese lado, pues si esos medios no dieran publicidad y si no se sintieran comprometidos con los acuerdos entablados por los presentes, de pronto otros medios sentirían que se encuentran en medio de una competencia desleal.

Entonces, la seguridad jurídica puede ser algo muy bueno pero, de cualquier manera, no tenemos ningún problema en tratar de encontrar soluciones que separen lo que es la televisión de lo que son las radios, así como también las radios más grandes de las pequeñas, afectadas por el artículo correspondiente. De manera que no hay motivo para preocuparse por aspectos que, de pronto, pueden ser engorrosos -me refiero, por ejemplo, a la determinación de cuánto le corresponde a cada sector, en cada radio- porque todo eso se hará como corresponde.

**SEÑOR ELUTCHANZ.-** No nos preocupa tanto la tarea de cuadriculado, sino la de implementación, pues el primero es fácil de hacer, pero sabemos que en el caso de la implementación, se debe ir con el audio, recibirlo, poner un empleado, etcétera.

**SEÑOR PRESIDENTE.-** Lógicamente, pero no hay que preocuparse tanto, porque si los seres humanos fuimos a la Luna, perfectamente podremos hacer todo eso.

Agradecemos la presencia de nuestros invitados y quedamos a la espera de mantener alguna reunión de carácter informal.

Se levanta la sesión.

(Así se hace. Es la hora 12 y 56 minutos)